



BACHELORARBEIT

Herr
Timo Fresen

**Die Statistik in der
printmedialen
Berichterstattung über
Profifußball**

2014

BACHELORARBEIT

Die Statistik in der printmedialen Berichterstattung über Profifußball

Autor:
Herr Timo Fresen

Studiengang:
Angewandte Medien

Seminargruppe:
AM11wJ1-B

Erstprüfer:
Prof. Dr. phil. Otto Altendorfer M.A.

Zweitprüfer:
Constanze Hundt M.A.

Einreichung:
Mittweida, 22.07.2014

BACHELOR THESIS

Stats in the print media coverage of professional football

author:

Mr. Timo Fresen

course of studies:

Applied Media

seminar group:

AM11wJ1-B

first examiner:

Prof. Dr. phil. Otto Altendorfer M.A.

second examiner:

Constanze Hundt M.A.

submission:

Mittweida, 22.07.2014

Bibliografische Angaben

Fresen, Timo:

Die Statistik in der printmedialen Berichterstattung über Profifußball

Stats in the print media coverage of professional football

52 Seiten, Hochschule Mittweida, University of Applied Sciences,
Fakultät Medien, Bachelorarbeit, 2014

Abstract

Die vorliegende Bachelorarbeit untersucht die Statistik in der printmedialen Berichterstattung über Profifußball, insbesondere im Kontext der deutschen Fußballbundesliga. Auf der Basis von leitfadengestützten Experteninterviews mit Sportjournalisten sowohl regionaler als auch überregionaler Printredaktionen verfolgt die qualitative Studie einen hypothesengenerierenden Ansatz. Moderne Statistiken über Profifußball bezüglich der Ballkontakte, gewonnener Zweikämpfe (Scoutingdaten) als auch der Laufstrecken und sogenannter „Heat Maps“ (Trackingdaten) werden heutzutage nicht nur als statistischer und graphischer Zusatz in der Zeitung genutzt, sondern bilden mitunter selbst den qualitativen Mehrwert großer Schlagzeilen, beispielsweise wenn ein Spieler in einer Sparte einen positiven oder negativen Wert aufzeigt. In gewissem Maße entscheide die Statistik in nicht unerheblicher Weise über Sieg oder Niederlage einer Mannschaft. Dieser Umstand der modernen Nutzung von Statistiken hat den Ausschlag dafür gegeben, dass sich der Verfasser diesem Thema gewidmet hat. Ziel ist es, mit den Einschätzungen der Interviewpartner die Nutzung von Statistiken in der Berichterstattung, ihre Herkunft sowie mögliche Entwicklungspotenziale zu analysieren. Die daraus abgeleiteten Hypothesen eignen sich in einem wissenschaftlich wenig erforschten Feld für die Überprüfung in weiteren Untersuchungen.

Die Arbeit beginnt mit allgemeinen theoretischen Überlegungen zur Statistik, zum Sportjournalisten sowie zu den Dienstleistern, welche die Medien mit Statistiken versorgen. Danach folgt die detaillierte Analyse der Experteninterviews. Die vorliegende Bachelorarbeit besitzt einen explorativen Charakter. Die vielen gesammelten Daten durch die Experteninterviews bilden einen ersten Anknüpfungspunkt, für eine wissenschaftliche bis dato kaum behandelte Thematik.

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	V
Abkürzungsverzeichnis	VII
Abbildungsverzeichnis	VIII
1 Einleitung.....	1
2 Die Statistik	4
2.1 Abgrenzung und Definition von Statistik im Sport	5
2.2 Sport und Statistik im printmedialen Kontext	6
2.3 Rolle des Fußballs in Deutschland im Vergleich zu anderen Sportarten.....	9
3 Der Sportjournalist.....	14
3.1 Sportjournalist im Wandel: Ein kurzer historischer Abriss.....	15
3.2 Auswirkungen der Kommerzialisierung des Profifußballs auf die Arbeit des Sportjournalisten	17
4 Die Datenlieferanten.....	21
4.1 Big Player: IMPIRE AG und OPTA SPORTS	22
4.2 Arbeitsweise: Tracking- und Scoutingdaten.....	24
4.3 Kritik an den Unternehmen.....	25
5 Das Untersuchungsdesign	26
5.1 Leitfadengestützte Experteninterviews als Forschungsmethode	27
5.2 Der Interviewleitfaden	29
5.3 Die Interviewpartner	31
5.4 Durchführung der Interviews	32
5.5 Qualitative Inhaltsanalyse als Auswertungsverfahren.....	33
6 Zusammenfassung und Interpretation der Ergebnisse	36
6.1 Generelle Nutzung von Statistiken in der Praxis des Sportjournalisten.....	37
6.2 Einfluss und Rolle von Statistiken in der printmedialen Fußballberichterstattung.....	40
6.3 Einfluss und Rolle von Statistiken in der printmedialen Fußballberichterstattung.....	44
7 Schlussbetrachtungen.....	47

Literaturverzeichnis	IX
Anlagen	XIII
Eigenständigkeitserklärung	LXVII

Abkürzungsverzeichnis

B – Befragter

DFB – Deutscher Fußball Bund

DFJV – Deutscher Fachjournalisten Verband

DFL – Deutsche Fußball Liga

DJV – Deutscher Journalisten Verband

ESPN – Entertainment and Sports Programming Network

FIFA – Fédération Internationale de Football Association

I – Interviewer

IP – Interviewpartner

MLB – Major League Baseball

NBA – National Basketball Association

NFL – National Football League

NHL – National Hockey League

ÖFB – Österreichischer Fußball Bund

VfL – Verein für Leibesübungen

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Die wichtigsten Sportinformationsmedien	8
Abbildung 2: Die beliebtesten Sportarten in Deutschland	10
Abbildung 3: Das "magische Dreieck"	18

1 Einleitung

Es ist Samstag, der 06.08.2011. Der damalige Bundesligist 1. FC Köln verliert das Auftaktspiel der neuen Bundesliga-Saison 2011/2012 mit 0:3 gegen den VfL Wolfsburg. Wenige Tage später interessiert dieses Ergebnis keinen mehr. Denn: Fußball-Deutschland bewegt etwas ganz anderes. Die BILD-Zeitung titelt über einen Spieler vom 1. FC Köln: „Lukas Podolski ist der lauffaulste Spieler der Bundesliga“. Diese Schlagzeile trifft auf ein gewaltiges Medienecho, bei dem von der „Verletzung der Persönlichkeitsrechte“¹ die Rede ist und martialische Worte wie Brandmarkung² fallen.

Doch was ist genau passiert? Seit der Saison 2011/2012 darf der von der Deutschen Fußball Liga (DFL) beauftragte Statistik-Dienstleister IMPIRE aus München die offiziellen Spieldaten, welche IMPIRE zu jedem Bundesliga-Spiel erhebt, nicht nur an die Fußball-Klubs und die DFL liefern, sondern sich auch bei Medien-Unternehmen anbieten. So kam es, dass der Kölner Publikumsliebbling und deutsche Nationalspieler Lukas Podolski offiziell als lauffaulster Spieler der Liga bezeichnet werden durfte, weil die angebotenen Daten von IMPIRE ergaben, dass Podolski an diesem Spieltag die wenigsten Kilometer lief.

War Lukas Podolski exemplarisch für die fortan „gläsernen Fußballer“³, das erste „Opfer der Datenerhebung“⁴? Fakt ist, dass modernste Tracking- und Scoutingdaten (siehe Kapitel 4.2) den Medien zur öffentlichen Einsicht und Nutzung bereitgestellt wurden, sorgte für immense Kritik auf Seiten der Vereine. Diese Kritik uferete schließlich in einer Tagung im August 2011 zwischen der DFL, IMPIRE und Vereinsvertretern. Nach intensiven Gesprächen wurde IMPIRE weiterhin das Recht eingeräumt, Daten verkaufen zu dürfen. Dieses wegweisende Urteil begründete der damalige DFL-Geschäftsführer Holger Hieronymus mit den Worten: „Spieldaten bilden in der heutigen Zeit auch im

¹ Heß, Peter: Im Daten-Dschungel. Auf: www.faz.net. 2011. Internet: <http://www.faz.net/aktuell/sport/fussball/bundesliga/bundesliga-glosse-im-daten-dschungel-11228919.html>. Zuletzt geprüft am: 03.07.2014.

² Vgl. Hellmann, Frank: Die Bundesliga hat ein neues Spielzeug. Auf: www.badische-zeitung.de. 2011. Internet: <http://www.badische-zeitung.de/f-1-bundesliga/die-bundesliga-hat-ein-neues-spielzeug--49708597.html>. Zuletzt geprüft am: 03.07.2014.

³ O. V.: Spielerdaten bleiben weiter öffentlich. Auf: www.ksta.de. 2011. Internet: <http://www.ksta.de/fussball/glaeserne-fussballer-spielerdaten-bleiben-weiter-oeffentlich,15189340,12062218.html>. Zuletzt geprüft am: 03.07.2014.

⁴ Heß, Peter: Im Daten-Dschungel [wie Anm. 1].

internationalen Maßstab eine unverzichtbare Arbeitsgrundlage für die sportliche Leitung in den Clubs und bieten gleichzeitig einen Mehrwert für die Öffentlichkeit.“⁵

Dieser Zeitpunkt leitet eine neue Ära in der Fußballberichterstattung ein. Denn bei genauerer Betrachtung der Podolski-Schlagzeile fällt auf, dass – wo früher klassischerweise Statistiken in Form von Liga-Tabellen in den Zeitungen abgedruckt wurden –, nun eine neue Form von Statistiken nicht nur unterstützend, sondern themensetzend genutzt wird. Es stellt sich die Frage, wie sich die Fußballberichterstattung in den Printmedien seit der Nutzung moderner Statistiken verändert hat und welche Rolle solche Daten knapp drei Jahre danach spielen. Handelte es sich nur um einen Trend oder werden solche Statistiken heutzutage im großen Stil genutzt? Wie werden sie genutzt und welche Funktion nehmen sie in der Berichterstattung ein? Was hat der Leser in der Zukunft zu erwarten?

Mit all diesen Fragen befasst sich diese Bachelorarbeit, zu deren Themenbereich bisher keine wissenschaftlichen – für diese Themenstellung relevanten – Voruntersuchungen existieren. Das Ziel der vorliegenden Bachelorarbeit ist es daher, erste Aussagen zu treffen, Eindrücke zu sammeln, Vorüberlegungen zur printmedialen Nutzung von Statistiken in der Berichterstattung über Profifußball auf ihren Wahrheitsgehalt zu überprüfen, sowie ausformulierte Hypothesen herauszuarbeiten. Da es keine wissenschaftlichen Arbeiten zu dieser Themenstellung gibt, kommt es darauf an, die Hypothesen auf Basis von Aussagen der „Kenner der Szene“ zu treffen: den Sportjournalisten.

Zur Erarbeitung des hypothesengenerierenden Untersuchungsansatzes war es wichtig, Einschätzungen der Experten einzuholen. Der Kern der Untersuchung basiert somit auf leitfadengestützten Experteninterviews mit Sportjournalisten aus regionalen und überregionalen Sportredaktionen und Sport-Fachzeitschriften. Mit dieser qualitativen Forschungsmethode sollen verschiedene Einschätzungen zum Status quo der Nutzung von (modernen) Statistiken, zu deren Rolle und Einfluss sowie zur Zukunftsperspektive insgesamt gewonnen werden. Die vorliegende Bachelorarbeit verfolgt einen explorativen Charakter.

Die Arbeit beginnt mit ausführlichen theoretischen Überlegungen zur Statistik im Sport an sich, zu dem Rezipienten der Statistik, dem Sportjournalisten sowie zu den Dienstleistern, welche die Journalisten mit ihren Daten versorgen.

⁵ O. V.: Spielerdaten bleiben weiter öffentlich [wie Anm. 3].

Zunächst wird erklärt wie der Begriff „Statistik“ im Sport genutzt wird und wie Statistiken im printmedialen Kontext genutzt wurden und werden. Danach folgt ein Vergleich der Berichterstattung über Fußball zu anderen Sportarten, was die Nutzung von Statistiken einschließt.

Das dritte Kapitel arbeitet heraus, wie sich der Beruf der Sportjournalisten legitimiert und welchen Wandel die Berufsausübung des Sportjournalisten seit Entstehung dieser Berufsgruppe vollzogen hat. Es schließt mit den Auswirkungen des kommerzialisierten Profifußballs auf die Arbeit des Sportjournalisten.

Im vierten Kapitel werden die dominierenden Datenlieferanten, wie IMPIRE und OPTA SPORTS, anhand wirtschaftlicher Kennzahlen und ihrer Arbeitsweise vorgestellt sowie genannt, welcher Kritik diese Unternehmen von außen gegenüber stehen.

Der theoretische Teil der Arbeit endet mit einer ausführlichen Beschreibung des Untersuchungsdesigns. Es wird erklärt, warum genau leitfadengestützte Experteninterviews als Methode qualitativer Forschung gewählt wurden und anhand welcher Fragen und Themengebiete der Interviewleitfaden konstruiert wurde. Der Zusammenfassung und Interpretation der aufgestellten Hypothesen, folgen die Schlussbetrachtungen. In den Schlussbetrachtungen sind daher wegbereitende Thesen und Aussagen zusammengeführt worden, die sich genau wie die aufgestellten Hypothesen zur Bearbeitung in der Forschung und für quantitative Untersuchungen eignen. Der Anhang führt den Interviewleitfaden, die anonymisierten und transkribierten Experteninterviews sowie sämtliche Extraktionstabellen chronologisch auf.

2 Die Statistik

Das Wort „Statistik“ ist im allgemeinen Sprachgebrauch ein universeller Begriff für jegliche Daten, Zahlen und Vergleiche. Bekannt ist die Statistik vor allem bei politischen Wahlen, statistischen Veröffentlichungen von bestimmten Behörden oder eben im Sport, wo die Statistik ebenfalls intensiv genutzt wird.

In der Wissenschaft beschreibt das Wort „Statistik“ eine formale Wissenschaft, welche auf die unterschiedlichsten lebensweltlichen Gegenstandsbereiche angewendet werden kann.⁶ Darüber hinaus ist die Statistik eine Lehre, bei der bestimmte Methoden eingesetzt werden, um wissenschaftlich mit quantitativen Informationen wie Daten und Zahlen arbeiten zu können und diese zu analysieren.⁷

Voraussetzung für jede Statistik ist folglich, dass man Datenmengen vergleicht und bestimmte Merkmale misst.⁸ Somit basiert die Statistik auf einer bestimmten Anzahl von Daten. Statistische Methoden interpretieren diese Datenmengen und werden in vielerlei Hinsicht genutzt. Sie eignen sich:

- 1) zur übersichtlichen Darstellung vorliegender Einzeldaten (-ergebnisse), vorzugsweise in Tabellen und Graphiken,
- 2) zur Charakterisierung von Daten mit Hilfe von Durchschnittswerten und Streuungsmaßen,
- 3) zur Bestimmung von Zusammenhängen von Merkmalen oder Unterschieden zwischen Gruppen,
- 4) zur Verallgemeinerung im Sinne des induktiven Schlusses,
- 5) zur Quantifizierung des Risikos bei Verallgemeinerungen.⁹

Wie diese theoretischen statistischen Methoden konkret im Sport Anwendung finden, wird im folgenden Kapitel erklärt.

⁶ Vgl. Willimczik, Klaus: Statistik im Sport – Grundlagen – Verfahren – Anwendungen. 4. Auflage. Hamburg 1999. S. 12.

⁷ Vgl. Rinne, Horst: Taschenbuch der Statistik. 4. Auflage. Frankfurt 2008. S. 1.

⁸ Vgl. Willimczik, Klaus: Statistik im Sport [wie Anm. 3], S. 13.

⁹ Vgl. Ebd., S. 9.

2.1 Abgrenzung und Definition von Statistik im Sport

Den modernen Sport charakterisiert, „dass er die ‚Lokalität‘ (Präsenz, Spannung, Singularität etc.) einzelner Wettkämpfe mit der ‚Globalität‘ (Komplexität, Kontingenz, Historie etc.) ganzer Sportarten zu kombinieren versteht, und Sportstatistiken tragen zu diesem Arrangement bei, indem sie den Wettkampfbetrieb mit einer historisch, sozial und räumlich ausgreifenden Leistungsevaluation begleiten.“¹⁰ Anders formuliert bedeutet das, dass der lokale Sport Weltsport ist, wenn sich seine Wettkämpfe mit Hilfe von Zahlen und Statistiken mit anderen Wettkämpfen vergleichen lassen. In der Praxis lässt sich beispielsweise ein gemessener deutscher Rekord in einer Disziplin mit anderen Rekorden von anderen Landesverbänden vergleichen.

Diese Definition des modernen Sports von *Tobias Werron* nennt mit dem Wort „Wettkampf“ gleichermaßen einen Begriff, der Sportstatistiken überhaupt erst ermöglicht. Ohne einen Wettkampf kann man keine Leistungsvergleiche erstellen und somit auch keine statistischen Daten erheben. Damit ist nicht nur gemeint, dass ein Wettkampf beispielsweise gleichbedeutend mit einem Turnier ist, bei dem mindestens zwei Sportler einer Sportart konkurrieren. Eine zeitlich-verteilte Leistungsdiagnostik von Trainingseinheiten eines einzelnen Sportlers kann genauso gut ein „Wettkampf mit sich selbst“ sein. Damit erhebt man Daten, wodurch sich Trainingsfort- und Rückschritte zeitnah und sicher ermitteln lassen.

Für die Definition des Wettkampfes steht weniger das Spielerische im Vordergrund, sondern vielmehr der Umstand, dass es sich um eine Struktur handelt, die Leistungsvergleiche ermöglicht. Abstrakt formuliert bedeutet das für die Wettkampfform, dass sie in zeitlicher, räumlicher und sozialer Hinsicht ein beschränkter Vergleich von Leistungen ist.¹¹

Je nach Sportart ist die *zeitliche* Beschränkung von 9 Sekunden (in einem 100-Meter-Lauf) bis zu mehreren Stunden (wie in einem American Football-Spiel) möglich. Die *räumliche* Einschränkung kann genauso von mehreren Quadratmetern (wie beim Tischtennis) bis zu mehreren hundert Kilometern (wie beim Radrennen) variieren. Auch in *sozialer* Hinsicht kann es Unterschiede von zwei Teilnehmern (beim Tennisspiel) bis zu mehreren Teilnehmern (wie beim Fußballspiel) geben.

¹⁰ Werron, Tobias: Die zwei Wirklichkeiten des modernen Sports: Soziologische Thesen zur Sportstatistik. In: Zahlenwerk - Kalkulation, Organisation und Gesellschaft. Hrsg. v. Andrea Mennicken/Hendrik Vollmer. Wiesbaden 2007. S. 247.

¹¹ Vgl. Ebd., S. 253.

Der moderne Sport definiert sich über drei weitere Kriterien, die zur Erhebung von Statistiken erforderlich sind. Abgrenzend zu historischen Formen von sportlichen und/oder gesellschaftlichen Wettbewerben definiert sich der moderne Sport über:

- 1) Vereinheitlichte, häufig von Weltverbänden (wie der FIFA beim Fußball) überwachte *Regeln*. Diese Regeln garantieren die Stabilität der *Leistungsbedingungen*.
- 2) Den *Wettkampfbetrieb*, vor allem im Ligen- und Seriensystemen und Groß- bzw. Weltereignissen. Dieser Wettkampfbetrieb sorgt für einen kontinuierlichen Nachschub an *Vergleichsergebnissen*.
- 3) Die *Evaluation*. Die Evaluation stellt schließlich *Vergleichskriterien* bereit, die die Erfassung einzelner Wettkämpfe mit der Relationierung vieler Wettkämpfe verbinden.¹²

Diese Rahmenbedingungen schaffen die Möglichkeit eines sportlichen Wettbewerbs, von und über den sich wiederum sportliche Statistiken herleiten und erfassen lassen. Durch die immer größer werdende Anzahl an Wettkämpfen und durch das Verhältnis vom einzelnen Wettkampf zum Wettkampf im Allgemeinen, wird die statistische Datenerhebung immer komplexer und kann in einen größeren Zusammenhang gestellt werden. Denn durch einen Vergleich von mehreren Wettkämpfen lässt sich erst die Leistung bei einem einzelnen Wettkampf einordnen und beurteilen.

Bei der Definition des Verfassers von Statistiken im Sport, welche auf den Fußballsport im Speziellen übertragbar ist, steht der Wettkampf im Zentrum. Der Wettkampf ermöglicht sportliche Leistungsvergleiche, die dann statistisch aufbereitet werden können.

2.2 Sport und Statistik im printmedialen Kontext

Von der klassischen Tabellenübersicht bis zur textbezogenen Analyse von Laufdaten der Fußballspieler – Statistiken spielen und spielten schon immer eine wesentliche Rolle in der Sportberichterstattung der Printmedien. Unter „Printmedien“ versteht sich folgend der „Sammelbegriff für alle auf Papier gedruckten Medien. Meist werden Zei-

¹² Vgl. Ebd., S. 256 f.

tungen, Zeitschriften, Bücher und sonstige Druckerzeugnisse (wie z.B. Beilagen, Kataloge, Prospekte und Anzeigenblätter) unterschieden.“¹³

Verschiedenste Formen von Statistiken in der Sportberichterstattung gibt es genauso lange, wie es den Sportteil in der Zeitung gibt. Über Sport wird in Deutschland seit dem 18. Jahrhundert in den Printmedien berichtet. Im 19. Jahrhundert nahm der moderne Sportjournalismus dann seinen Anfang mit der Entwicklung allgemeiner Sportzeitschriften wie mit der „Allgemeinen Sportzeitschrift“ (gegründet 1878) als Vorreiter.¹⁴ Der „Berliner Börsen-Courier“ schuf 1885 erstmals ein eigenes Sportressort – vorher wurde über Sport im Lokalteil der Zeitung berichtet – und begründete damit die Bildung des letzten der fünf klassischen Ressorts (Politik, Wirtschaft, Kultur, Lokales und Sport) in der deutschen Presselandschaft.¹⁵

Was die Berichterstattung über den deutschen Fußball angeht, war die Gründung der Fußball-Bundesliga 1962 für die Zeitungen Anlass, ihre Sportteile beträchtlich auszuweiten.¹⁶ Bis zum heutigen Tag konnte sich jedoch eine reine Sporttageszeitung, wie es in vielen Ländern (Italien, Spanien, Griechenland) üblich ist, in Deutschland nicht durchsetzen, auch wenn die Sportberichterstattung mit den Jahrhunderten immer mehr an Bedeutung in der Bundesrepublik gewonnen hat. Wissenschaftliche Belege, wieso sich dieser Typus Zeitung in Deutschland nie durchgesetzt hat, konnten allerdings nicht gefunden werden.

Festzuhalten ist, dass auch die Entwicklung und Nutzung von Statistiken in der Berichterstattung über Fußball noch nicht wissenschaftlich belegt und analysiert wurde. Mit diesem kurzen historischen Abriss soll jedoch klar gemacht werden, dass die Nutzung von Statistiken eng mit der Entwicklung des Sportressorts in den Printmedien zusammenhängt. Denn je mehr die Leser an der Sportberichterstattung interessiert waren, desto mehr und ausführlicher wurde über den Sport, an der Spitze der Fußball-sport, berichtet. Unterstützend dazu hat *Thorsten Schauerte* über die Entwicklung der Sportberichterstattung in der deutschen Tageszeitung herausgefunden, dass

¹³ Esch, Franz-Rudolf: Printmedien – Definition. Auf: wirtschaftslexikon.gabler.de. 2014. Internet: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/printmedien.html#definition>. Zuletzt geprüft am: 26.05.2014.

¹⁴ Vgl. Bölz, Marcus: Fußballjournalismus - Eine medienethnographische Analyse redaktioneller Arbeitsprozesse. Wiesbaden 2013 (zugleich Dissertation Universität Koblenz-Landau 2013). S.175 f.

¹⁵ Vgl. Weischenberg, Siegfried: Die Außenseiter der Redaktion. Struktur, Funktion und Bedingungen des Sportjournalismus. Unveröffentlichte Dissertation an der Universität Bochum 1976. S.123.

¹⁶ Vgl. Heimann, Karl-Heinz: Spiegelbild der Gesellschaft. 30 Jahre Bundesliga. In: Verkaufte Faszination – 30 Jahre Bundesliga. Hrsg. v. Klaus Hansen. Essen 1993. S. 20.

„nach dem Werbeboomjahr 2000, [...] neben den sinkenden Werbeeinnahmen auch ein deutlicher Rückgang der gesamtredaktionellen Umfänge zu verzeichnen war. Um die Marketingwirkung des Sports zu nutzen und gleichzeitig Kosten einzusparen, wurden die Umfänge der Sportteile nicht nur gehalten, sondern im Gegensatz zu anderen Ressorts sogar deutlich gesteigert.“¹⁷

Durch die Konkurrenz und Weiterentwicklung der Sportberichterstattung im Fernsehen und im Internet hat sich die Sportmediennutzung durch Printmedien natürlich gewandelt. Die Tageszeitung ist nicht mehr das vorherrschende Medium, wenn sich der Konsument über Sport informieren möchte. Alleine durch die Aktualität, die in der Sportberichterstattung immer mehr eine Rolle spielt, können die Printmedien gar nicht mit dem Fernsehen und Internet konkurrieren, da sie meistens nur täglich erscheinen und sich eben nicht stündlich aktualisieren. Trotzdem ist laut einer Umfrage aus dem Dezember 2012 des EDELMAN Instituts für Kommunikations- und Medienforschung die Tageszeitung ein bedeutendes Sportinformationsmedium. 24,2 Prozent der Befragten gaben an, dass die Tageszeitung, nach dem Fernsehen und dem Internet, für die Sportmediennutzung eine wichtige Rolle spielt.



Abbildung 1: Die wichtigsten Sportinformationsmedien

¹⁷ Schauerte, Thorsten: Medien im Berufsalltag von Sportjournalisten – Eine Studie zur Bedeutung und Nutzung medialer Sportangebote bei professionellen Sportkommunikatoren. Köln 2006. S. 52.

2.3 Rolle des Fußballs in Deutschland im Vergleich zu anderen Sportarten

Inwieweit Statistiken in der Berichterstattung über andere Sportarten in Deutschland eine Rolle spielen, wurde ebenso wenig inhaltsanalytisch und wissenschaftlich aufbereitet wie bereits die Nutzung und Entwicklung von Statistiken in den Printmedien (siehe Kapitel 2.2). Gleichzeitig lassen sich jedoch Aussagen zur Berichterstattung über Fußball im Vergleich zu anderen Sportarten anhand von wirtschaftlichen Kennzahlen treffen, da diese im direkten Zusammenhang mit der Sportberichterstattung stehen.

Laut einer Studie der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft DELOITTE erzielten die höchsten Profisportligen Deutschlands im Basketball, Eishockey, Handball und der 3. Fußball-Liga im Geschäftsjahr 2012/2013 zusammen einen kumulierten Umsatz (exklusiv der Transfererlöse) in Höhe von 384 Millionen Euro.¹⁸ Zum Vergleich: Nur die deutsche Fußball-Bundesliga erzielte im Geschäftsjahr 2011/2012 rund 1,7 Milliarden Euro und ist damit die sechstumsatzstärkste Sportliga der Welt.¹⁹ Allein die deutsche Bundesliga erwirtschaftet jährlich fast fünfmal so viel wie die anderen großen Sportligen in Deutschland zusammen, wobei sogar die dritte Fußball-Liga in der Studie von DELOITTE zu den anderen Ligen gezählt wird.

¹⁸ Vgl. Deloitte: Finanzreport deutscher Profiligen 2013. Auf: www.deloitte.com. 2013. Internet: <http://www2.deloitte.com/de/de/pages/consumer-business/articles/Finanzreport-deutscher-Profisportligen.html>. Zuletzt geprüft am: 27.05.2014.

¹⁹ Vgl. Mersch, Thomas: Bundesliga erringt Top-Platzierung beim Umsatz. Auf: www.handelsblatt.com. 2012. Internet: <http://www.handelsblatt.com/sport/fussball/nachrichten/internationale-rangliste-bundesliga-erringt-top-platzierung-beim-umsatz/6113310.html>. Zuletzt geprüft am: 27.05.2014.

Der Fußballsport ist nicht nur der umsatzstärkste Sport in Deutschland, sondern auch der Beliebteste. Im Jahr 2008 hat das Marktforschungs- und Beratungsunternehmen VOCATUS eine Studie darüber erstellt, welche die beliebtesten Sportarten der Deutschen sind. In Deutschland dominiert Fußball das Sportinteresse wie in keinem anderen Land. Mit 24,5 Prozent plus gegenüber der Zweitplatzierten Sportart „Formel 1“ ist der Fußballsport in Deutschland die klare Nummer Eins.

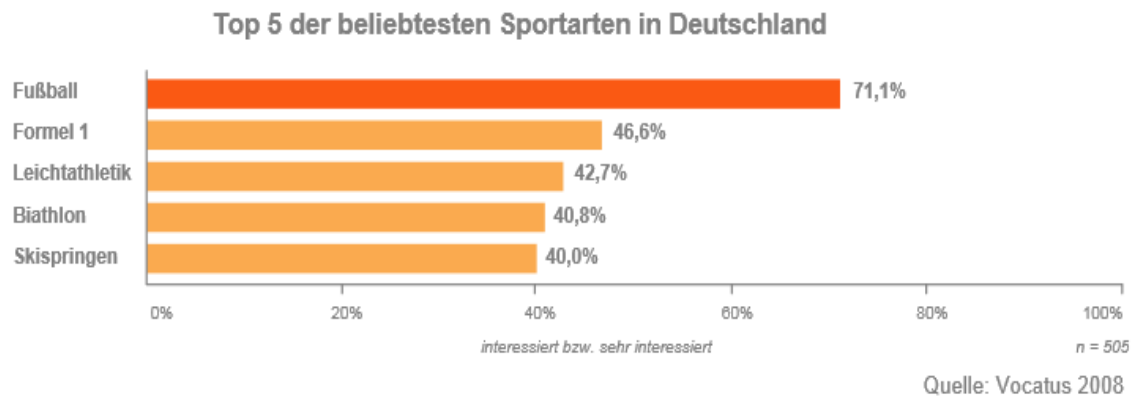


Abbildung 2: Die beliebtesten Sportarten in Deutschland

Die genannten Kennzahlen sollen deutlich machen, welche Bedeutung Fußball für das Sportinteresse in Deutschland hat und welche finanziellen Möglichkeiten dahinter stecken. Denn dadurch, dass Fußball als Sportart dominiert und die meisten Umsätze generiert, wird über diese Sportart auch am meisten berichtet. Mit der finanziellen Entwicklung des Fußballs ist auch die Entwicklung der Sportberichterstattung einhergegangen. Gleichzeitig eröffnete dies einen regelrechten Markt für modernste Datenerhebungs- und Trackingdienste, welche in der printmedialen Berichterstattung eine große Rolle spielen (*siehe* Kapitel 4.1).

Global gesehen haben vor allem die amerikanischen Profi-Sportligen in ihrem Markenvolumen - und damit auch in der Berichterstattung und Aufführung von Statistiken - einen Vorsprung gegenüber der deutschen Fußball-Bundesliga. In dem vorherig genannten Ranking der umsatzstärksten Sportligen der Welt belegen die National Football League (NFL), Major League Baseball (MLB), National Basketball Association (NBA) und National Hockey League (NHL) jeweils die ersten Plätze.²⁰

Beispielhaft für einen Vorsprung in der statistischen Erhebung im Gegensatz zur Fußball-Bundesliga ist das Players Efficiency Ranking (PER) bei der Bewertung von Spie-

²⁰ Vgl. Ebd.

lern in der NBA. Während in Deutschland zumeist über Fußballspieler die Tore, Vorlagen und meistens Laufdaten am Ende einer Saison aufgeführt werden, wird in der Berichterstattung über Basketball in den USA seit Jahren der PER genutzt. Dieser PER ermittelt basierend auf neun verschiedenen Leistungskriterien wie den sogenannten „assists“ und in Abhängigkeit der eingesetzten Spielzeit mit einer Formel, wie gut oder wie schlecht anhand von Positiv- beziehungsweise Negativstatistiken ein Basketballspieler ist.²¹

Erfunden wurde dieser PER-Wert vom NBA-Experten *John Hollinger* vom US-Sportsender Entertainment and Sports Programming Network (ESPN), der dazu sagt:

„Allow me to explain. One reason I developed a new type of statistics is that I wanted to be able to make fair comparisons of players – regardless of position, number of minutes played, a player’s image and so on. In other words, I wanted all players to be comparable ...apples to apples, year to year, player to player.“ (Hollinger 2005; Hervorhebungen: Tobias Werron)²²

Ganz ähnlich wurde 2006 vom Fernsehsender Eurosport ein Players Performance Index (PPI) formuliert, mit dem man versuchte, nach Vorbild der NBA, Fußballspieler während der Fußballweltmeisterschaft in Deutschland zu kategorisieren.²³ Zwar wurde dieser Index in der aktuellen Berichterstattung über Fußball von den Printmedien nicht aufgenommen, jedoch zeigt er den Ansatz, die Sportart Fußball mit modernen Statistiken aufzubereiten:

„The actions specific to each role are taken into consideration and for each kind of ball played, a rating is calculated on an historical base and on the expectation of the performance for a player in that role. To give an example, a goalkeeper should save every shot he faces. Consequently, when he concedes a goal, it is considered a negative point in his evaluation, regardless of whether he was directly responsible for it or not. In the same way, if a team concedes a goal, it counts against all the defenders in that team. On the other hand, an interception or a tackle won counts as a positive factor. Obviously, a pass is not worthy of the same recognition as a goal, and is therefore not given the same rating, having its own ‘coefficient of importance.’ The PPI is then calculated converting the evaluation obtained on a scale between zero and 10. An ‘adequate’ performance is represented by a value of 6, a very poor performance will

²¹ Vgl. Werron, Tobias: Die zwei Wirklichkeiten des modernen Sports [wie Anm. 7], S. 261.

²² Vgl. Ebd., S. 262.

²³ Vgl. Ebd.

*result in a PPI of around 2, while a superb performance will result in a PPI between 9 and 10.*²⁴

Vergleicht man diese Beispiele der Erklärungen für die individuelle Bewertung von Leistungen anhand von Statistiken, so stellt man fest, dass versucht wurde, anhand des PPI eine Positiv-/Negativstatistik für jeden einzelnen Fußballspieler bei der Weltmeisterschaft 2006 zu erstellen. Dieser PPI ähnelt stark seinem amerikanischen Vorbild, dem PER. Durchgesetzt hat sich diese Form von Statistik in der Berichterstattung über Fußball zwar nicht. Dennoch zeigt diese Entwicklung deutlich, in welcher Hinsicht die statistische Datenerhebung bei US-Sportarten (auch in Deutschland) bereits einen Schritt weiter geht. Es werden im Vergleich zur Statistik im Fußball nicht nur Leistungswerte aufgeführt, sondern es findet anhand von diesen Leistungswerten auch gleich eine Bewertung statt. Zumeist werden beim Fußball Evaluationen in Form von Schulnoten abgegeben; allerdings beruhen diese Daten auf der subjektiven Meinung des Sportjournalisten, der seine Meinung durch statistische Daten bekräftigt oder abwertet; jedoch gibt es keinen objektiven Wert, der für einen Spieler ermittelt wird (*siehe* zum Vergleich Kapitel 4.2).

Nichtsdestotrotz ist die Berichterstattung mit Statistiken im innerdeutschen Vergleich bei der Fußballbundesliga ein großer Entwicklungsmarkt. Das liegt vor allem daran, dass Fußball die beliebteste Sportart in Deutschland ist und somit auch ein großes Markenpotenzial besitzt. Je mehr in einer Sportart verdient wird, desto mehr und ausführlicher wird über sie berichtet. Neben der wirtschaftlichen Abhängigkeit wird aber auch in Ansätzen deutlich, dass Amerika und auch die US-Sportarten in Deutschland bei der Nutzung von Statistiken in der Sportberichterstattung noch viel fortschrittlicher und innovativer arbeiten. Das liegt vor allem daran, dass Statistiken in der Sportberichterstattung in den Vereinigten Staaten noch eine viel größere Rolle und ältere Tradition besitzt. Ein wissenschaftlicher Beleg lässt sich dafür nicht finden und würde zu weit vom Untersuchungsziel abweichen, jedoch bestätigt sich dieser Eindruck durch die getätigten Aussagen der Untersuchungsteilnehmer (*siehe* transkribierte Interviews im Anhang).

Die Amerikanisierung der Sportberichterstattung in Deutschland ist weiterhin ein Thema, wenn man sich den Rezipienten und Publizisten solcher statistischen Werte – den

²⁴ Vgl. Ebd, S. 262. (Rezitiert von Tobias Werron von <http://eurosport.com/football/worldcup/2006/statscenter.shtml> [Stand: 05.07.2006] / jedoch nicht mehr verfügbar).

Sportjournalisten – vor Augen führt. Aus diesem Grund wird im nächsten Kapitel auf den Sportjournalisten an sich eingegangen.

3 Der Sportjournalist

Als Journalist und damit auch Sportjournalist kann sich jeder bezeichnen, „der Lust dazu hat.“²⁵ Das ist möglich, weil weder die Berufsbezeichnung geschützt noch der Berufszugang reglementiert ist.²⁶ Dieser „freie Eintritt“²⁷ in die Berufsgruppe der Journalisten ist vor allem im deutschen Grundgesetz (GG) unter Artikel 5 verankert. Dort heißt es, dass jeder das Recht hat, „seine Meinung in Wort, Schrift und Bild frei zu äußern und zu verbreiten.“²⁸

Aus diesem Paragraphen des Grundgesetzes resultiert, dass staatliche Verordnungen zur Berufstätigkeit, die gesetzliche Einführung von Zulassungskriterien und die rechtliche Regelung von Ausbildungswegen im deutlichen Widerspruch zur verfassungsgemäß garantierten Presse- und Rundfunkfreiheit stehen würden.²⁹ Somit ist in diesem Berufsfeld eine Offenheit des Berufszugangs vorhanden, wodurch sich eine Uneinheitlichkeit des Berufsfeldes sowie eine Unübersichtlichkeit der Tätigkeitsfelder ergeben.³⁰

Aus diesem Grund hat der Deutsche Journalisten-Verband (DJV) versucht, eine Art „Berufsprofil“ für den Sportjournalisten zu entwickeln. Sportjournalist ist nach der Definition des DJV, wer:

- hauptberuflich
- eigenschöpferisch produktiv oder dispositiv
- Informationen über Sportereignisse und Sportakteure sammelt, auswertet, prüft, thematisiert und analysierend, kommentierend oder unterhaltend aufbereitet

²⁵ von La Roche, Walther: Einführung in den praktischen Journalismus. Mit genauer Beschreibung aller Ausbildungswege in Deutschland, Österreich und Schweiz. 18. Auflage. Berlin 2008. S. 13.

²⁶ Vgl. Schaffrath, Michael: Wege in den Sportjournalismus – Ausbildungsvarianten, Tätigkeitsfelder und Berufsaussichten. In: Traumberuf Sportjournalismus. Hrsg. v. Michael Schaffrath. Berlin 2007. S.7.

²⁷ Ebd, S.7.

²⁸ Artikel 5 Grundgesetz für die Bundesrepublik Deutschland (GG) in der im Bundesgesetzblatt Teil III, Gliederungsnummer 100-1, veröffentlichten bereinigten Fassung, zuletzt geändert durch Gesetz v. 11. Juli 2012 (BGBl. I S. 1478).

²⁹ Vgl. Mast, Claudia: Berufsziel Journalismus: Aufgaben, Anforderungen, Ansprechpartner. 2. Auflage. Wiesbaden 2000. S.14.

³⁰ Vgl. Schaffrath, Michael: Wege in den Sportjournalismus – Ausbildungsvarianten, Tätigkeitsfelder und Berufsaussichten [wie Anm. 23.], S.7.

- sie in Wort, Bild und/oder Ton
- über ein sportberichterstattendes Medium
- an die sportinteressierte Öffentlichkeit vermittelt
- oder den Sportmedien zur Veröffentlichung zur Verfügung stellt.³¹

Trotz des Fehlens der gesetzlich geregelten Zulassungsbeschränkungen ist auf eine Ausbildung, klassischerweise durch ein Volontariat, auch im Berufsfeld des (Sport-)Journalisten nicht zu verzichten. „Ohne anerkannte Qualifikation endet schon der Berufseinstieg in der Sackgasse“³², lautet das Credo des DJV für Journalistenanwärter. Für den Berufsweg bedeutet das, dass Sportjournalisten nach abgeschlossener Berufsausbildung meist als Festangestellte oder Freiberufler für Printmedien, öffentlich-rechtliche oder private Fernsehsender und Radiostationen, On- und Offline-Medien, Nachrichtenagenturen und Pressedienste tätig sind.³³

Zu den sportjournalistischen Tätigkeiten gehören in diesem Berufsfeld vor allem die Herstellung von Wort- und/oder Bildinformationen durch das Recherchieren, das Auswählen und Bearbeiten der Informationsinhalte und deren Aufbereitung in der Berichterstattung sowie die Gestaltung und Vermittlung von Ereignissen im Sport.³⁴

In den weiteren Unterkapiteln wird zu der Person des Sportjournalisten aufgezeigt, wie sich in den vergangenen Jahrzehnten das Berufsprofil geändert und was das für Auswirkungen für die heutige Berufsausübung hat.

3.1 Sportjournalist im Wandel: Ein kurzer historischer Abriss

Die Berufsgruppe des Sportjournalisten hat bei den Printmedien in den vergangenen Jahrzehnten eine rasante Entwicklung genommen. In den siebziger Jahren waren die

³¹ Vgl. Deutscher Journalisten-Verband (DJV): Journalist/in werden? Ausbildungswege und Berufschancen im Journalismus. Berlin 2006. S.9.

³² Vgl. Ebd, S.7.

³³ Vgl. Schafrath, Michael: Wege in den Sportjournalismus – Ausbildungsvarianten, Tätigkeitsfelder und Berufsaussichten [wie Anm. 23.], S.8.

³⁴ Vgl. Deutscher Journalisten-Verband (DJV): Journalist/in werden? Ausbildungswege und Berufschancen im Journalismus [wie Anm. 28.], S.71 f.

Sportjournalisten noch die „Außenseiter der Redaktion“³⁵, in den neunziger Jahren waren sie dann die „Aufsteiger im Journalismus“³⁶ und gehören heutzutage vereinzelt zu den „Stars der gesamten Medienbranche“³⁷.

Der Autor *Michael Schaffrath* geht mit seiner Analyse und Bewertung zum Berufsfeld des Sportjournalisten sogar noch einen Schritt weiter:

*„Sportjournalisten haben das hierarchische Feld in den Zeitungs- und Zeitschriftenverlagen, den Radiostationen und den Fernsehanstalten, von hinten ‚aufgerollt‘ und sich aus den Niederungen ‚journalistischer Amateurklassen‘ mittlerweile in der ‚publizistischen Champions League‘ etabliert.“*³⁸

Sport ist nicht mehr, wie er häufig im allgemeinen Sprachgebrauch genannt wird „die schönste Nebensache der Welt“, sondern in der täglichen Berichterstattung eines der größten Ressorts mit dem größten Interesse. Maßgeblichen Anteil an dem wachsenden Markt der Sportberichterstattung in den Printmedien, hatte eine wegweisende Entwicklung in der Fernsehbranche in Deutschland. Der Sendestart von SAT.1 im Januar 1984 leitete nicht nur die Ära des Privatfernsehens in Deutschland ein, sondern hatte damit auch einen großen Umbruch in der Sportberichterstattung in den Printmedien zufolge. Durch den Wettstreit um die Übertragungsrechte von Sportereignissen zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Sendern, weiteten sich auch immer mehr die Sendezeiten und somit die Geschichten rund um ein Fußballspiel aus.³⁹ Für die Tageszeitungen bedeutete das konkret, dass man sich durch die Allgegenwertigkeit des (Live-)Sports im Fernsehen ein eigenes Profil zulegen musste. „Mit einer am Ereignis – und vor allem am Ergebnis – orientierten ‚1:0-Berichterstattung‘, wie sie insbesondere die regionalen Blätter lange gepflegt hatten, sah das gedruckte Medium im Wortsinn ‚alt‘ aus“⁴⁰.

Die Folge daraus war, dass sich auch die Printmedien immer mehr an der Art der Berichterstattung der Fernsehsendungen orientierten und versuchten durch Geschichten

³⁵ Weischenberg, Siegfried: Die Außenseiter der Redaktion [wie Anm. 12].

³⁶ Görner, Felix: Vom Außenseiter zum Aufsteiger. Ergebnisse der ersten repräsentativen Befragung von Sportjournalisten in Deutschland. Berlin 1995.

³⁷ Schaffrath, Michael: Sportjournalismus in Deutschland. In: Mediensport - Ein einführendes Handbuch. Hrsg. v. Jürgen Schwier. Hohengehren 2002. S. 7.

³⁸ Ebd., S. 7.

³⁹ Vgl. Kamp, Hanns-Christian: Sport in der Tageszeitung. In: Sportjournalismus. Hrsg. v. Thomas Horky/Thorsten Schauerte/Jürgen Schwier/DFJV. Konstanz 2009. S. 128.

⁴⁰ Ebd., S. 128.

die Leser zu unterhalten und nicht mehr nur noch zu informieren. Die Entwicklung vom Sport zu „einer Ware der Unterhaltungsindustrie“⁴¹ tat auch ihr Übriges für das Entstehen von Sportdatenbanken und damit Statistiken in der Fußballberichterstattung. 1992 wurde erstmals die Fußballsendung „RAN“ auf SAT.1 ausgestrahlt. Mit ihr entstand die „RAN Datenbank“, welche heute einem Fußballstatistik-Unternehmen angehört (siehe Kapitel 4.1) und wo erstmals moderne Statistiken in der Berichterstattung aufgegriffen wurden. Die PAY TV-Sender „PREMIERE“ und später „SKY“ entwickelten von Anfang des neuen Jahrtausends an die Nutzung dieser Daten weiter und auch Großereignisse wie die Fußballweltmeisterschaft 2006 in Deutschland (wie schon unter 2.3 erwähnt) sorgten für die Weiterentwicklung von Daten und Statistiken im Fußball, welche auch von Printmedien seither genutzt werden – wenn auch nicht in einem so großen Umfang wie beim Fernsehen oder dem Internet.

Die veränderten Arbeitsbedingungen und der Gewinn an Bedeutung von Sportjournalisten sind somit eng verknüpft mit der Entwicklung erster Fußballformate im Fernsehen und damit der gestiegenen Aufmerksamkeit der Rezipienten. Heutzutage ist das Ressort „Sport“ ein wichtiger und ausgeprägter Bestandteil der Berichterstattung. Vor allem der Fußballsport war in der Entwicklung Vorreiter, da er die größte Aufmerksamkeit in der Sportberichterstattung genoss und weiter genießt. Der Sportchef der ABENDZEITUNG *Gunnar Jans* formuliert die Anforderungen an Sportjournalisten seiner Zeitung sogar so: „Wer vom Fußball keine Ahnung hat, bekommt bei einer Boulevardzeitung nie eine Stelle.“⁴²

3.2 Auswirkungen der Kommerzialisierung des Profifußballs auf die Arbeit des Sportjournalisten

„Ob EM oder WM, Fußball oder Formel 1 – die Amerikanisierung, Disneyfizierung und Kommerzialisierung der schönen neuen Sportwelt von morgen erscheint unaufhaltsam. Die Zeit der windigen Stehplatzerlebnisse mit Bratwurst und Dosenbier ist endgültig vorbei. Der Zuschauersport der Zukunft – das ist immer mehr eine Mischung aus Show, Sponsoren und Spektakel. Der Zuschauersport entwickelt sich zum Sportkonsum, der den Fan zum Konsumenten macht: Der Konsument konsumiert kommerzialisierte Unterhaltung, gebraucht und verkauft sie – wie der Hopper im

⁴¹ Schaffrath, Michael: Sportjournalismus in Deutschland [wie Anm. 34], S. 7.

⁴² Jans, Gunnar: Duckmäuser kommen auf dem Boulevard nicht weit. In: Traumberuf Sportjournalismus. Hrsg. v. Michael Schaffrath. Berlin 2007. S.173.

*Fernsehen und der Shopper im Einkaufszentrum. Der Zuschauersport wird zum Konsumsport.*⁴³

Dieses Zitat steht beispielhaft für die Entwicklung des Sportbusiness, von dem die Berichterstattung stark abhängt. Nach den Sportpublizisten *Blödorn* und *Hackforth* haben sich die Teilsegmente Sport, Medien und Wirtschaft zu einem unzertrennbaren Beziehungsgeflecht, dem „magischen Dreieck“⁴⁴, miteinander verbunden. Durch das entstehende Abhängigkeitsverhältnis der gemeinsamen Zielgruppe, haben Unternehmen und Medien ein wachsendes Interesse am Sport.

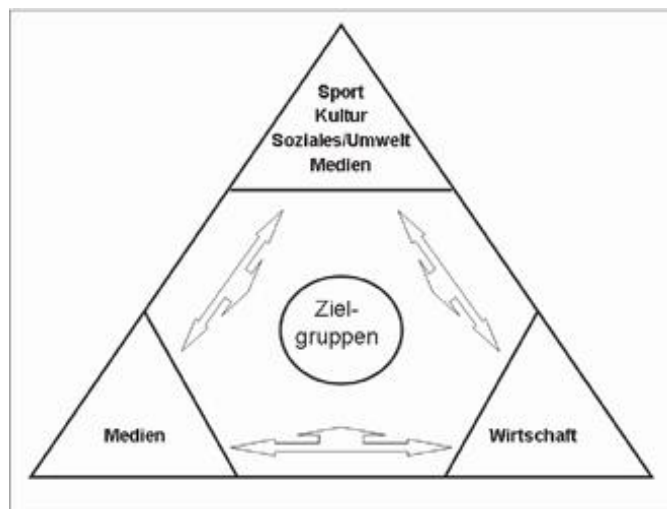


Abbildung 3: Das "magische Dreieck"

Josef Hackforth sagt zu diesem Konstrukt des „magischen Dreiecks“:

*„Die Unterschiede zwischen dem Wirtschaftssystem, dem Sportsystem und dem Mediensystem ist immer geringer geworden. Alle Tendenzen die wir kennen, beispielsweise aus dem klassischen Wirtschaftssystem, lassen sich mühelos auf das neue Sport- und das Mediensystem übertragen – sie sind relativ deckungsgleich geworden. Und es gibt einen zentralen Faktor dabei, der Konkurrenz heißt.“*⁴⁵

⁴³ Opaschowski, Horst W.: Show, Sponsoren und Spektakel – Breitensport und Zuschauersport. In: Sport und Sportrezeption. Hrsg. v. Gunnar Roters/Walter Klingler/Maria Gerhards. Baden-Baden 2001. S.87.

⁴⁴ Blödorn, Manfred: Das magische Dreieck: Sport – Fernsehen – Kommerz. In: Neue Medienstrukturen – neue Sportberichterstattung? Hrsg. v. Wolfgang Hoffmann-Riem. Baden-Baden 1988. S. 7 f.

⁴⁵ Hackforth, Josef: Auf dem Weg in die Sportgesellschaft? In: Sport und Sportrezeption. Hrsg. v. Gunnar Roters/Walter Klingler/Maria Gerhards. Baden-Baden 2001. S.35.

Fakt ist: Fußballvereine sind heutzutage mittelständische Unternehmen, die an den Marketingerlösen, Verkauf von Senderechten, Trainingslager zu Marketingzwecken in asiatischen Ländern et cetera, immens profitieren. Gerade seit der Einführung des dualen Rundfunks und damit der zentralen Vergabe der Sportübertragungsrechte, sind die Einnahmen, welche durch die Deutsche Fußball Liga (DFL) an die Vereine verteilt werden, rasant gestiegen.

Diese Entwicklung hin zur Kommerzialisierung der Fußballbranche hat direkte Auswirkungen auf die Sportjournalisten, die kritisch über das Geschehen berichten sollen. Die Konsequenz ist, dass Popularisierungs- und Inszenierungstendenzen⁴⁶ zu erkennen sind. Eine Auswirkung der Kommerzialisierung des professionellen Fußballs ist somit, dass den Journalisten fehlende Objektivität vorgeworfen wird, weil sie ihre Arbeit wirtschaftlichen Interessen unterstellen müssen:

„So steht dieser ‚Entertainer‘ also irgendwo zwischen Eventmarketing und journalistischen Idealen wie kritische Distanz, Wahrhaftigkeit und dabei sein, ohne sich gemein zu machen. Wie viel von diesen Idealen am Ende über den Sender geht, wie treu sich der klassische Journalist im Kommerz orientierten Fußballgeschäft des 21. Jahrhunderts bleiben kann, das kann sich der einzelne nur noch für sich allein und sozusagen insgeheim beantworten. Die Ziele der derzeitigen Fußballberichterstattung sind oft andere, weniger journalistisch und eher betriebswirtschaftlich orientiert.“⁴⁷

Festzuhalten ist, dass der Profifußball heutzutage zu einem alltagskulturellen, ökonomischen und medialen Phänomen geworden ist⁴⁸, welches in der Sportberichterstattung eine exponierte Rolle einnimmt. Neben den technischen und strukturellen Veränderungen im Bereich des Sportjournalismus, hat die wirtschaftliche Bedeutung, wie im vorherigen Kapitel bereits angedeutet, in den letzten Jahrzehnten enorm zugenommen. Dadurch hat sich nicht nur die Wahrnehmung des Sportjournalisten geändert, sondern auch die Anforderungen an die Arbeit des Sportjournalisten, welcher „zwischen den Teilsegmenten Wirtschaft, Sportsystem, Medien und Rezipient fungiert.“⁴⁹ Mit der Kommerzialisierung der Sportart ist auch die Bedeutung des Sportjournalisten an sich gewachsen (siehe Kapitel 3.1). Vom Außenseiter der Redaktion bis

⁴⁶ Vgl. Bölz, Marcus: Fußballjournalismus: Eine medienethnographische Analyse redaktioneller Arbeitsprozesse [wie Anm. 11], S. 60.

⁴⁷ Friedrichsen, Mike/Möllenbeck, Sylvia: Kommerzialisierung des Sports. Zur Medienfinanzierung des Profifußballs. Baden-Württemberg 2002. S.14.

⁴⁸ Vgl. Bölz, Marcus: Fußballjournalismus: Eine medienethnographische Analyse redaktioneller Arbeitsprozesse [wie Anm. 11], S. 60.

⁴⁹ Schauerte, Thorsten: Medien im Berufsalltag von Sportjournalisten [wie Anm. 14], S. 7 f.

zum einem Star der Medienbranche hat es der Sportjournalist geschafft, der trotz dessen aufgrund von Eventisierung, gewachsener Unterhaltung, Kommerzialisierung und mindernder kritischer Berichterstattung sich selbst Kritik gegenüber stehen sieht.

Die kritische Distanz zu Quellen zu wahren spielt dabei eine zentrale Rolle. Ein weiteres Phänomen der Sportbranche und Sportberichterstattung sind die Datenlieferanten für Fußballstatistiken, welche täglich als Quellen für die Sportjournalisten in der Fußballberichterstattung fungieren. Die Nutzung von solchen detaillierten Daten modernisiert nicht nur die Berichterstattung, sondern wirft die Frage auf, ob bei der Verwendung dieser Daten, die Herkunft und Quelle von Journalisten kritisch hinterfragt wird oder ob es sich um ein Abbild der Kritik durch die wachsende Kommerzialisierung handelt. Diese Unternehmen werden im nächsten Kapitel vorgestellt.

4 Die Datenlieferanten

Journalisten sind Produzenten von Medieninhalten – das ist unstrittig. Die Tatsache jedoch, dass sie aber auch selber Konsumenten von Medieninhalten sind und welche Auswirkung es auf ihre Arbeit hat, ist bislang noch nicht hinreichend empirisch erforscht worden. Die meisten Studien über das Mediennutzungsverhalten von Journalisten beziehen sich ausschließlich auf Internet- und politische Journalisten; die Berufsgruppe der Sportjournalisten wird dabei meist ausgeklammert.

Für die vorliegende Arbeit spielt die Mediennutzung im Sinne des Fußballjournalisten im Speziellen als Rezipient von Statistiken, welche von Fremdfirmen geliefert werden, eine große Rolle. Die Nutzung von externen Daten und Zahlen sowie von Statistiken ist in der Berichterstattung über den Fußballsport nicht mehr wegzudenken. Auch ist den Journalisten durch ihre eingeschränkten technischen und zeitlichen Rahmenbedingungen nicht möglich, solche modernen Daten selber zu erfassen. Beispielsweise schafft es ein Journalist, der im Stadion ein Fußballspiel beobachtet, nicht parallel zum Schreiben eines Textes o. Ä. noch die Ballkontakte oder Zweikämpfe eines Spielers zu zählen. Er ist somit auf Fremdmaterial angewiesen, was meist im Gegensatz zur klassischen Arbeitsweise des Journalisten, nämlich der Eigenrecherche, steht.

Der inter- wie intramediäre Zeitdruck hat direkte Auswirkungen auf die Arbeit des Sportjournalisten, in dem Qualität oder Vernachlässigung einer Information hinter dem Aktualitätspostulat zurückbleiben.⁵⁰ Durch eng kalkulierte Redaktionsetats bei den Printmedien ist sogar festzustellen, dass der „Anteil originärer, investigativer journalistischer Eigenleistungen im aktuellen Tagesgeschäft – und nicht nur dort – immer geringer wird.“⁵¹ Anders formuliert bedeutet das: Die Recherche muss sich rechnen. Da aber gerade an einem Bundesligaspieltag, der klassischerweise an einem Samstag-nachmittag um 15.30 Uhr beginnt, wenig Zeit nach Spielende für die Journalisten vorhanden ist, um ihre Artikel fertigzustellen, sind moderne Spieltagsstatistiken ein probates Mittel, um die Aussagen ihrer Artikel zu verstärken oder durch Statistiken sogar Themen zu setzen. Die Nutzung solcher Statistiken unter der Woche oder nach einem Spieltagswochenende ist quantitativ nicht viel weniger, jedoch genauso wenig empirisch erhoben (Aussagen dazu werden in den transkribierten Interviews getroffen).

⁵⁰ Vgl. Schaffrath, Michael: Sportjournalismus in Deutschland [wie Anm. 34], S. 20.

⁵¹ Bednarz, Klaus: „Eigentlich ein schöner Beruf“. Kritische Anmerkungen zum Journalismus von heute. In: Menschen machen Medien. Berlin 2001. S. 20.

Die IMPIRE AG und OPTA SPORTS haben einen maßgeblichen Anteil, wenn es um die Vor- und Nachbereitung der Bundesligaspieltage geht. Im Folgenden werden beide Unternehmen kurz vorgestellt.

4.1 Big Player: IMPIRE AG und OPTA SPORTS

In Deutschland bestimmen die Firmen IMPIRE AG und OPTA SPORTS das Geschäft rund um die Herstellung von Fußballdaten und Statistiken für Medienunternehmen. Aus diesem Grund werden diese beiden Firmen kurz vorgestellt.

Die **IMPIRE AG** wurde 1988 gegründet und ist einer der größten unabhängigen Mediendienstleister in Deutschland. Bekannt ist das Unternehmen vor allem dadurch, dass sie die berühmte „RAN Datenbank“ aus der Sendung „RAN“ übernahm, welche erstmals in der deutschen Fernsehberichterstattung über Fußball moderne Statistiken einsetzte. Damals „RAN Datenbank“ ist die IMPIRE-Datenbank heute die größte Bundesliga-Datenbank Deutschlands. Neben diesem Angebot liefert IMPIRE weitere sportwissenschaftliche Statistiken, Echtzeittracking während eines Spiels, TV-Sendegrafiken, redaktionelle Dienstleistungen sowie Technologie-Konzepte für TV-Formate, Multimedia und Contentsysteme.⁵²

Im Februar 2014 wurde das Unternehmen von dem italienischen Sportdaten-Produzenten DELTATRE übernommen. Dieser Schritt wurde unter anderem gegangen, um auf dem internationalen Markt noch stärker vertreten zu sein. In Deutschland beschäftigt IMPIRE derzeit circa 60 Vollbeschäftigte und 200 „kapazitätsorientierte“ Arbeitskräfte an den Standorten Ismaning (Zentrale), Hamburg, Karlsbad und Innsbruck.⁵³ Die Zentrale in Ismaning ist strategisch gut gelegen, da sie im AGROB Medienpark liegt, wo mehrere TV-Sender ansässig sind. Nicht weit entfernt hat der PAY TV-Sender SKY seinen Sitz in Unterföhring.

Zu den Kunden gehören unter den TV-Sendern derzeit SKY, ZDF, ARD, RTL, SAT.1 und SPORT1. Damit beliefert IMPIRE den gesamten TV-Markt, welcher Senderechte über Fußballspiele in Deutschland besitzt. In Sachen Fußball-Clubs sind neben dem Deutschen Fußball Bund (DFB) und Österreichischen Fußball Bund (ÖFB) nahezu die gesamten Erst- und Zweitligaclubs Kunden von IMPIRE. Bei den Print- und Online-

⁵² Vgl. Impire AG: Unternehmen. Auf: www.bundesliga-datenbank.de. 2014. Internet: <http://www.bundesliga-datenbank.de/de/aboutus/>. Zuletzt geprüft am: 05.06.2014.

⁵³ Vgl. Ebd.

medien gehören die SPORTBILD, KICKER, BILD.DE, SPIEGEL, FOCUS, STERN sowie SPORT.1, LAOLA und SPOX zu den wichtigsten Kunden.

Im Jahr 2005 eröffnete **OPTA SPORTS** seine Niederlassung in Deutschland. Seit 1996 ist das aus London stammende Unternehmen bereits in der Sportstatistik-Branche aktiv. Der größte Erfolg der Firma in Deutschland ist, dass sie seit der Saison 2013/2014 die DFL für die nächsten vier Spielzeiten mit den offiziellen Spieldaten beliefert und so das ehemals nur IMPIRE zugesprochene Privileg exklusiv nutzen darf. OPTA selbst nennt sich auf der firmeneigenen Homepage den „weltweit führenden Anbieter von Sportdaten“.⁵⁴ Zum Angebot der Firma gehören Vorschau- und Live-Daten, Analysen und Fakten, Prognosen, Leistungsdaten und News, Live-Begleitung durch automatisierte oder manuelle Textkommentare, wichtige Daten zum Spiel im Rückblick und interessante Fakten aus anderen Begegnungen, graphische Daten und Analysen sowie Mannschafts- und Spieler-Ranglisten.⁵⁵

Insgesamt arbeiten weltweit circa 120 Festangestellte für OPTA. Im deutschen Sitz in Unterföhring (bei SKY) arbeiten 25 feste Mitarbeiter und weitere Redakteure in allen Bundesliga-Städten. Eine genaue Anzahl wird nicht genannt.⁵⁶

Zu den Kunden in Deutschland zählen neben SKY und dem ZDF auch die BILD-Zeitung, der KICKER, SPIEGEL ONLINE sowie bekannte Fußball-Clubs wie der FC BAYERN MÜNCHEN oder BORUSSIA DORTMUND. Dadurch, dass OPTA in dieser Saison jedoch die offiziellen Spieldaten für die DFL liefert, sind sie an den Spieltagen bei allen Vereinen und Journalisten präsent. Statistiken von OPTA werden nicht nur in die Stadien geliefert, sondern sind ebenfalls online frei verfügbar. Außerdem beliefert OPTA neben Medien und Vereinen auch Sportwetten-Anbieter und Marken wie ADIDAS und NIKE.

Wie man an dem Kundenstamm sieht, beliefern IMPIRE und OPTA nahezu die gleichen Kunden. Trotzdem entstehen bei beiden Firmen unterschiedliche statistische

⁵⁴ Opta Sports: Was wir tun. Auf: www.optasports.de. 2014. Internet: <http://www.optasports.de/de/ueber-uns/was-wir-tun/live-performance-data.aspx>. Zuletzt geprüft am: 05.06.2014.

⁵⁵ Vgl. Opta Sports: Fakten und Inhalte. Auf: www.optasports.de. 2014. Internet: <http://www.optasports.de/de/produkte/medien/redaktionelle-services/fakten-und-inhalte.aspx>. Zuletzt geprüft am: 05.06.2014.

⁵⁶ Vgl. Opta Sports: Opta in Deutschland. Auf: www.optasports.de. 2014. Internet: <http://www.optasports.de/de/ueber-uns/wer-wir-sind/opta-team.aspx>. Zuletzt geprüft am: 05.06.2014.

Werte. Um beurteilen zu können, woran das liegt, wird im nächsten Kapitel die Arbeitsweise der Firmen vorgestellt.

4.2 Arbeitsweise: Tracking- und Scoutingdaten

Grundsätzlich wird bei der Erhebung von Fußball-Daten zwischen *Tracking-* und *Scoutingdaten* unterschieden. Bei der Herstellung von *Scoutingdaten* spielt der Mensch eine übergeordnete Rolle. Das heißt, dass die verschiedenen Firmen Mitarbeiter („Scouts“) in den Stadien oder am Fernseher beschäftigen, die händisch mit verschiedenen Computersystemen Daten messen. Beispielsweise zählt ein Scout die Ballkontakte oder geführte Zweikämpfe eines Spielers. Bei der Herstellung der *Trackingdaten* spielt die Technik eine übergeordnete Rolle. *Trackingdaten* entstehen durch bestimmte Kamerasysteme, welche das Spiel im Stadion aufzeichnen und dabei anhand von Bewegungsabläufen und Positionen von Spielern Aussagen zu Spitzengeschwindigkeiten, gelaufenen Kilometern oder links/rechts-Lastigkeit eines Spiels ermitteln. Der Mensch spielt dabei eine untergeordnete Rolle, da er das System nur kontrollieren muss.

Seit der Saison 2011/2012 entstehen diese sportwissenschaftlichen Daten auf Basis eines Definitionskatalogs der DFL zur Erhebung der offiziellen Spieldaten. Dieser Katalog ist allerdings nicht öffentlich einsehbar und so ist keine Aussage darüber zu treffen, welche Aktionen während eines Fußballspiels genau definiert sind.

Die IMPIRE AG arbeitet an jedem Bundesliga mit vier speziell ausgebildeten Spielbeobachtern (davon ein Scout im Stadion) sowie drei Trackingoperatoren für das IMPIRE eigene Trackingsystem „VIS.TRACK“, welches anhand von einer Zweikameratechnologie das Spiel aufzeichnet. Anhand dieser Arbeit werden laut IMPIRE 2.000 Ereignisse pro Spiel festgehalten.⁵⁷

OPTA SPORTS thematisiert nicht auf der firmeneigenen Homepage, wie sie während eines Bundesligaspiels arbeiten. Anhand von Bildern ist jedoch zumindest grob zu erkennen, dass die „Scouts“ während eines Spiels vom Büro aus arbeiten und nicht im Stadion sitzen.⁵⁸ Ein Tracking-System wird ebenso wenig thematisiert, muss aber von

⁵⁷ Vgl. Impire AG: Produkte. Auf: www.bundesliga-datenbank.de. 2014. Internet: <http://www.bundesliga-datenbank.de/de/products/> Zuletzt geprüft am: 05.06.2014.

⁵⁸ Vgl. Opta Sports: Statistik-Helpdesk. Auf: www.optasports.de. 2014. Internet: <http://www.optasports.de/de/produkte/medien/redaktionelle-services/statistik-helpdesk.aspx>. Zuletzt geprüft am: 05.06.2014.

einer Fremdfirma vorhanden sein, da OPTA SPORTS die offiziellen Spieldaten für die DFL liefert, für die die Lieferung von Trackingdaten Voraussetzung sind.

4.3 Kritik an den Unternehmen

Sowohl OPTA als auch IMPIRE liefern meist unterschiedliche Werte – ein Faktor der in dieser Branche in der Kritik steht (*siehe* Kapitel 6.2). Vor allem was die Scoutingdaten angeht, kommt es auf den Menschen an, der diese erhebt. Da die „Scouts“ bei IMPIRE meist im Stadion sitzen und die „Scouts“ von OPTA vom Fernseher aus arbeiten, sind an dieser Stelle schon Unterschiede was die möglichen Sinneseindrücke angeht, festzustellen. Das Fernsehbild gibt immer eine eingeschränktere Sicht auf das Spiel, als das Bild live vor Ort.

Außerdem ist es genauso möglich, dass beide Firmen definitorische Unterschiede bei Zweikämpfen, Fehlpässen, Torschüssen et cetera treffen. Zwar soll seit der Saison 2011/2012 der Definitionskatalog der DFL Abhilfe schaffen und für eine einheitliche Definition sorgen; trotzdem ermitteln beide Unternehmen verschiedene Werte. Der Faktor „Mensch“ ist somit eine Fehlerquelle, da es immer dazu kommen kann, dass er nicht aufmerksam ist, etwas verpasst hat oder anders bewertet. Damit stellt sich die Frage nach der Repräsentativität dieser Werte zum Beispiel direkt nach einem Spiel und ihrer Aussagekraft. Hinzu kommt, dass solche statistischen Werte auch als absolute Zahlen abgebildet werden und nicht nur um eine Leistung einzuordnen. Wenn Journalisten diese Werte als absolute Zahlen verwenden, muss zu mindestens ein Unternehmen mit seiner Erhebung falsch liegen, wenn sich unterschiedliche Werte ergeben.

Auch hinsichtlich der Laufdaten und -werte entstehen oftmals verschiedene Zahlen, obwohl diese mit der technischen Unterstützung von Tracking-Systemen ermittelt werden. Das ist wahrscheinlich darauf zurückzuführen, dass beide Unternehmen mit unterschiedlichen Systemen arbeiten, die unterschiedlich ausgereift und spezialisiert sind.

In diesem Bereich liegt also das große Risiko bei der Nutzung von Statistiken. Die Frage nach der Repräsentativität ist noch nicht abschließend zu beantworten, da sich die Werte meistens ähneln, jedoch kein durchgängiger Konsens besteht. Dass sie einen ungefähren Wert abbilden ist unumstritten, aber dass beide Unternehmen mit ihren Daten richtig liegen, ist genauso ausgeschlossen. Somit sind vor allem absolute Zahlen von Journalisten mit Vorsicht zu genießen. Dieses Kapitel ist nur ein Abriss zur weiterführenden Untersuchung der Aussagen der Journalisten und soll vor der eigentlichen Untersuchung Problemfelder anreißen. Dieses Thema wird nach der Vorstellung des Untersuchungsdesigns im nächsten Kapitel, tiefergehend thematisiert.

5 Das Untersuchungsdesign

Der Fußballsport ist in Deutschland allgegenwärtig und ein festes kulturelles Gut. Das Markenvolumen der Branche steigert sich von Jahr zu Jahr und bildet ein Milliarden-geschäft (*siehe* Kapitel 2.3). Gleichzeitig ist der Sportjournalist mittlerweile einer der wichtigsten und anerkanntesten Personen in der Berufsgruppe des Journalismus (*siehe* Kapitel 3.1) – gleichwohl weisen die bisherigen wissenschaftlichen Untersuchungen teilweise erhebliche Diskrepanzen bei der Untersuchung dieser Berufsgruppe auf.

Der Autor der Bachelorarbeit hat sich mit der Diskrepanz, im Speziellen mit dem Mediennutzungsverhalten von Sportjournalisten im Bereich der Statistiken im Fußballsport, befasst. Einerseits erwirtschaften die Datenlieferanten wie IMPIRE und OPTA SPORTS mit diesem Geschäft mehrere zig Millionen jährlich⁵⁹, andererseits ist ebenfalls festzustellen, dass die ausgewerteten Daten sich oftmals unterscheiden, da es bei der Herstellung vermeintlich fassbare Fehlerquellen gibt, die in einer digitalisierten Welt und professionellem Geschäft nicht vorkommen dürften (*siehe* Kapitel 4.3). Die Problematik dabei ist, dass diese Zahlen in der Berichterstattung mittlerweile einen großen Raum einnehmen und fester Bestandteil sind, sodass es nicht selten vorkommt, dass Zahlen als absolute Werte veröffentlicht werden.

Damit einher geht auch eine weitere Gefahr. Hierzu zählt in erster Linie die vorherrschende Machtkonzentration durch zwei dominante Akteure (Oligopolstellung) mit IMPIRE und OPTA SPORTS, welche vor allem Medien mit ihren Daten beliefern. Auf der anderen Seite gehört es zur Aufgabe der Journalisten Quellen zu hinterfragen und sich über die Wahrhaftigkeit dieser zu informieren. Der Ansatz der vorliegenden Bachelorarbeit ist dabei nicht, diese Diskrepanzen als Fehlerquellen dar- und in Frage zu stellen, sondern herauszuarbeiten, wie die Arbeit mit statistischen Daten von Sportjournalisten aussieht, welche Rolle sie einnimmt und welche Rolle sie zukünftig einnehmen könnte. Zum Untersuchungsansatz haben sich dafür drei wesentliche Bereiche herausgebildet, um Aufschluss über die Arbeit der Journalisten mit Statistiken zu bekommen: Der *erste Teil* bezieht sich dabei auf die aktuelle Situation und Betrachtung der Arbeitsweise. Der *zweite Teil* bezieht sich im Folgenden auf die Rolle und den Einfluss von statistischen Erhebungen bei der Publizierung und Berichterstattung und

⁵⁹ Vgl. Karle, Roland: Trainer vertrauen Datensammlern. Auf: www.handelsblatt.com. 2009. Internet: <http://www.handelsblatt.com/sport/fussball/nachrichten/fussballanalyse-trainer-vertrauen-datensammlern/3264842.html>. Zuletzt geprüft am: 12.06.2014.

der abschließende *dritte Teil* thematisiert die Zukunftsperspektive anhand von Entwicklungstendenzen in dieser Branche.

Eine wissenschaftliche Untersuchung dieser Themenkomplexe existiert nicht. Bis dato wurde wie anfangs bereits erwähnt, dass Mediennutzungsverhalten der Sportjournalisten wenig erforscht. Es gibt daher auch keine Studien darüber, wie die praktische Arbeit und der Arbeitsablauf der Journalisten mit solchen Daten aussehen.

Da es weder wissenschaftliche Voruntersuchungen noch Experten in der Bewertung medialer Berichterstattung mit Statistiken gibt und dieser Themenbereich sehr komplex ist, kommt der vorliegenden Untersuchung ein explorativer Charakter zu. Ziel ist es, die definierten Themenbereiche im Zusammenhang mit der vorherigen Recherche und den Ergebnissen des theoretischen Teils der Arbeit zu überprüfen und sie in Form eines hypothesengenerierenden Verfahrens weiter auszuarbeiten und zu differenzieren. Mit Hilfe dieser Ergebnisse, den generierten Hypothesen, wäre eine umfassendere und repräsentative Untersuchung möglich, die sich an den entwickelten Ansatz anschließt.

Aus der methodischen Sichtweise kommt für die Hypothesengenerierung daher nur ein qualitativer Forschungsansatz in Frage, da es auf die Ausführlichkeit der Aussagen der Sportjournalisten ankommt. Durch die Expertise, die sie in der eigenen Branche durch jahrelange Tätigkeit erhalten haben, lassen sich auf der Basis ihrer Beurteilung differenzierte Aussagen treffen. Da Sportjournalisten in dieser Arbeit selbst ein Teil des zu untersuchenden Themenkomplexes bilden, sind sie auch die geeignetsten Interview-Partner, um einen Einblick in die beruflichen Erfahrungen zu bekommen.

5.1 Leitfadengestützte Experteninterviews als Forschungsmethode

Der Fokus dieser Arbeit richtet sich auf die Erhebung von tiefgründigen Experten-Aussagen zur Nutzung von Statistiken bei der printmedialen Berichterstattung über Fußball. Damit sich genau diese tiefgründigen Aussagen generieren lassen, hat sich der Verfasser, wie bereits erwähnt, für einen qualitativen Forschungsansatz entschieden. Mit einem qualitativen Forschungsansatz lassen sich die persönlichen Einschätzungen der Journalisten besser messen, als bei einer quantitativen Forschungsmethode, bei der es vor allem auf die Menge der Interviewpartner ankommt. Eine größere Anzahl an Interviews wäre aufgrund des zeitlichen Aufwands für

diese Arbeit gar nicht möglich. Qualitative Befragungen haben den Vorteil, dass sie die Subjektbezogenheit betonen⁶⁰ und sich gleichzeitig, im Gegensatz zu quantitativen Befragungen, mehr auf die Tiefenperspektive und Selbstwahrnehmung des Befragten konzentrieren.⁶¹

Der Verfasser hat sich dahingehend für das leitfadengestützte Experteninterview als qualitative Methode der Untersuchung entschieden. Das Leitfadeninterview kommt aus der empirischen Sozialforschung und unterscheidet sich im Kommunikationsprozess zu anderen Befragungen in den Merkmalen:

- Es gelten kulturell festgelegte Kommunikationsregeln und Konventionen, einschließlich jener Regelung, die dem Befragten das Recht einräumt, die Antwort verweigern zu dürfen, ohne mit Sanktionen rechnen zu müssen.
- Im Dialog gibt es eine feste Rollenverteilung zwischen dem Fragenden und dem Antwortenden. Diese Rollenverteilung wird von beiden Seiten anerkannt.
- Der Fragende führt den Dialog. Der Dialog ist auf ein bestimmtes Informationsziel gerichtet.⁶²

Bei einem Leitfadeninterview, welches auch teilstandardisiertes oder semistrukturiertes Interview bezeichnet wird, kommt es zu einem tieferen Gesprächsverlauf, bei der die Zielperson mehr zu Wort kommt.⁶³ Das kommt daher, dass nicht der Fragebogen den Verlauf des Gespräches festlegt, sondern sukzessive die Reaktionen des Befragten.⁶⁴ Das leitfadengestützte Experteninterview ermöglicht die „Erarbeitung basaler Informationen über ein bestimmtes Forschungsfeld.“⁶⁵ Da es zu diesem Forschungsfeld bisher keine wissenschaftlichen Aussagen über die Nutzung von Statistiken in der Fußballberichterstattung gibt, dient das Experteninterview im Besonderen dem explorativen Charakter dieser Arbeit. Die Aussagen, welche durch das Experteninterview entstehen, lassen sich anhand des Interviewleitfadens strukturieren.

⁶⁰ Vgl. Häder, Michael: Empirische Sozialforschung: Eine Einführung. 2. Auflage. Wiesbaden 2010. S. 261.

⁶¹ Vgl. Ebd.

⁶² Vgl. Haller, Michael: Das Interview. Ein Handbuch für Journalisten. 4. Auflage. Konstanz 2001. S. 129.

⁶³ Vgl. Häder, Michael: Empirische Sozialforschung [wie Anm. 57], S.261.

⁶⁴ Vgl. Ebd.

⁶⁵ Hopf, Christel: Qualitative Interviews in der Sozialforschung. Ein Überblick. In: Handbuch Qualitative Sozialforschung - Grundlagen, Konzepte, Methoden und Anwendungen. Hrsg. v. Uwe Flick/Ernst v. Kardorff/Heiner Keupp/Lutz v. Rosenstiel/Stephan Wolff. 2. Auflage. Weinheim 1995. S. 177.

5.2 Der Interviewleitfaden

„Auch wenn es paradox klingen mag, es ist gerade der Leitfaden, der die Offenheit des Interviewverlaufs gewährleistet.“⁶⁶

Im Gegensatz zu einem narrativen Interview bei dem der Interviewer dem Interviewpartner lediglich ein Thema vorgibt und dann die Zielperson dazu ermuntert frei zu erzählen⁶⁷, basiert das leitfadengestützte Experteninterview auf einem Interviewleitfaden, den der Interviewer im Vorfeld des Interviews erstellt. Dieser Interviewleitfaden setzt sich aus den verschiedenen Themenkomplexen und vorformulierten Fragen zusammen und dient als Orientierung⁶⁸ für den Interviewer. Außerdem stellt der Interviewleitfaden dadurch eine Vergleichbarkeit der Ergebnisse sicher.

Die vorformulierten Fragen und Themenkomplexe müssen nicht strikt nacheinander abgefragt werden, sondern können sich flexibel an den Gesprächsverlauf anpassen. Es ist sogar wichtig, dass der Leitfaden nicht als „unflexibles Ablaufmodell des Interviews eingesetzt wird.“⁶⁹

Für den Interviewleitfaden zur Untersuchung printmedialer Berichterstattung mit Statistiken über Profifußball wurden drei Themenbereiche festgelegt, die sich aus der Recherche und den theoretischen Überlegungen ergeben haben:

- Der **erste Themenblock** bezieht sich auf die gegenwärtige Nutzung von Statistiken von den Interviewten. Außerdem werden dabei der Kenntnisstand des Interviewpartners zu der Thematik erfragt und welche Entwicklungen und Tendenzen er zum gegenwärtigen Zeitpunkt in diesem Themenkomplex sieht.
- Der **zweite Themenblock** thematisiert die Rolle und den Einfluss von Statistiken in der Berichterstattung. Hierbei bewertet der Interviewpartner anhand von qualitativen Merkmalen, wie Statistiken in der Sportmedienlandschaft genutzt werden und welche Vor- und Nachteile die Nutzung mit sich bringt.

⁶⁶ Meuser, Michael/Nagel, Ulrike: Experteninterviews – vielfach erprobt, wenig bedacht. Ein Beitrag zur qualitativen Methodendiskussion. In: Qualitativ-empirische Sozialforschung - Konzepte, Methoden, Analysen. Hrsg. v. Detlef Garz /Klaus Keimer. Wiesbaden 1991. S. 449.

⁶⁷ Vgl. Häder, Michael: Empirische Sozialforschung [wie Anm. 57], S.264.

⁶⁸ Vgl. Rockmann, Ulrike/Bömermann, Hartmut: Grundlagen der sportwissenschaftlichen Forschungsmethoden und Statistik. Schorndorf 2006. S. 119.

⁶⁹ Meuser, Michael / Nagel, Ulrike: Experteninterviews – vielfach erprobt, wenig bedacht [wie Anm. 63], S. 448.

- Der **dritte Themenblock** beschäftigt sich abschließend mit der Zukunftsperspektive. Hierbei werden Aussagen darüber getroffen, welche Entwicklungstendenzen einerseits bei dem Angebot an statistischen Daten möglich sind und andererseits welche zukünftigen Auswirkungen das auf die Berichterstattung und Nutzung von diesen Daten hat.

Den drei Themenblöcken liegen verschiedene offene Schlüssel-, Leit- und bestimmte Strukturierungsfragen zu Grunde.⁷⁰ Darüber hinaus darf der Interviewte Nachfragen stellen, die der Beantwortung der Forschungsfrage dienlich sind. Alle Fragen wurden offen gestellt und sollten nicht standardisiert zu beantworten oder gar Suggestivfragen sein.⁷¹ Das Interview beginnt, so wie im Leitfaden vorgegeben, immer mit einer allgemeinen Einstiegsfrage und endet jeweils mit einer Ausstiegsfrage. Im Vorlauf des Interviews wurde der Interviewpartner einmal bei Kontaktaufnahme sowie dann kurz vor dem Interview über die Thematik und das Ziel der Bachelorarbeit aufgeklärt und welche Rolle das Interview dafür spielt. Außerdem wurde die Anonymisierung des Interviews gewährleistet und die Erlaubnis der Tonbandaufzeichnung für die detaillierte Transkription des Interviews eingeholt.⁷²

Der Interviewleitfaden wurde für eine Gesprächszeit zwischen 15 und 45 Minuten angesetzt und konzipiert. Insofern richtete sich die angesetzte Gesprächszeit jeweils nach der Disponibilität der Gesprächspartner, die in der Regel bei einer knappen halben Stunde lag. Dabei wurde besonders Wert darauf gelegt, den Gesprächspartnern keine starren zeitlichen oder kontextuellen Limitierungen aufzuerlegen. Allgemein sind in einer Stunde etwa 8 bis 15 Fragen angemessen; je nach Formulierung und Ausdifferenziertheit schafft man diese Anzahl jedoch auch in kürzerer beziehungsweise längerer Gesprächsdauer.⁷³ Der komplette Interviewleitfaden liegt im Anhang bei.

⁷⁰ Vgl. Scholl, Armin: Die Befragung. Sozialwissenschaftliche Methode und kommunikationswissenschaftliche Anwendung. 1. Auflage. Konstanz 2003. S. 68 f.

⁷¹ Vgl. Gläser, Jochen/Laudel, Grit: Experteninterviews und Qualitative Inhaltsanalyse – als Instrumente rekonstruierender Untersuchungen. 4. Auflage. Wiesbaden 2010. S. 131 ff.

⁷² Vgl. Ebd., S.144.

⁷³ Vgl. Ebd.

5.3 Die Interviewpartner

Für die Durchführung der leitfadengestützten Experteninterviews sind wie es das Wort schon sagt „Experten“ von Nöten, die wie folgt definiert sind:

„ ‚Experte‘ beschreibt die spezifische Rolle des Interviewpartners als Quelle von Spezialwissen über die zu erforschenden sozialen Sachverhalte. Experteninterviews sind eine Methode, dieses Wissen zu erschließen.“⁷⁴

Für diese Arbeit bedeutet das, dass Experten Sportjournalisten sind, die einerseits bei einem Printmedium arbeiten und andererseits dabei in der Fußballberichterstattung tätig sind. Die Anzahl der Interviewpartner konnte sich entsprechend der qualitativen Datenerhebung an den zur Verfügung stehenden Zeitraum für die Untersuchung richten.⁷⁵

Da es bei dieser qualitativen Forschungsmethode auf die Tiefenperspektive⁷⁶ der Informationen ankommt und nicht wie bei quantitativen Methoden eine Repräsentativität vorhanden sein muss, steht hier vor allem die Expertise der zu befragenden Personen im Vordergrund. Um diese Tiefenperspektive zu gewährleisten wurden Sportjournalisten aus den verschiedensten Redaktionen (Lokal- und überregionale Presse, sowie Boulevard- und Qualitätsjournalismus) kontaktiert. Gleichzeitig vereint alle Sportjournalisten, dass sie „unterschiedliche Varianten eines gemeinsamen Musters“⁷⁷ sind.

Aus diesen Vorüberlegungen ergab sich eine Liste von 14 Sportjournalisten aus 7 verschiedenen Redaktionen. Fünf Sportjournalisten gaben davon ihre Zusage zu einem Interviewtermin. Die Interviewpartner waren dabei der Ressortleiter ‚Sport‘ einer Lokalzeitung, ein Sportredakteur einer lokalen Mediengruppe, ein Sportredakteur einer deutschen Tageszeitung, ein Sportredakteur einer Boulevardzeitung sowie ein Redakteur eines überregionalen Qualitätsmediums.

⁷⁴ Ebd, S. 12.

⁷⁵ Vgl. Ebd, S. 144.

⁷⁶ Vgl. Häder, Michael: Empirische Sozialforschung [wie Anm. 57], S. 261.

⁷⁷ Riesmeyer, Claudia: Das Leitfadeninterview. Königsweg der qualitativen Journalismusforschung? In: Methoden der Journalismusforschung. Hrsg. v. Jens Vogelsang/Olaf Jandura/Thorsten Quandt. 1. Auflage. Wiesbaden 2011. S. 229 f.

5.4 Durchführung der Interviews

Um möglichst viel qualitativen Nutzen aus der Untersuchung zu ziehen, wurde versucht, die Interviewsituation so zu gestalten, dass sie nicht künstlich wirkt und möglichst dem Alltag des Interviewpartners nahe kommt.⁷⁸ Um solch eine Situation in die Praxis umzusetzen wurde jedem Interviewpartner angeboten, dass Interview „face-to-face“ an einem Ort seiner Wahl durchzuführen. Somit konnten sich die Interviewpartner eine „vertrauensvolle Gesprächsatmosphäre“⁷⁹ aussuchen, was der Offenheit des Interviewten gegenüber dem Interviewer und der daraus zu generierenden Informationen für die Untersuchung als zweckdienlich erwies. Das „face-to-face“-Interview wird in der empirischen Sozialforschung als Interviewform ausdrücklich empfohlen, da es „methodische Vorteile in der Kontrolle des Gesprächsverlaufs und im Reichtum der erhaltenen Informationen“⁸⁰ bietet. Zwei der fünf Interviewpartner waren für ein „face-to-face“-Interview zu erreichen. Diese Interviews wurden in der Redaktion des einen Interviewpartners und in einem Café in der Nähe des anderen Interviewpartners durchgeführt.

Die letzten drei Interviewpartner hatten aus Gründen eines Umzugs, eines Urlaubs und wegen einer deutschlandweiten Tätigkeit, in dem Untersuchungszeitraum, keine Zeit sich zu einem „face-to-face“-Interview zu treffen. Somit musste zwangsläufig eine andere Form der Interviewdurchführung gewählt werden.

Die drei anderen Interviews wurden als Telefoninterviews durchgeführt. Genau wie bei den „face-to-face“-Interviews wurde aber die absolute Anonymität der Durchführung garantiert, sodass versucht wurde eine ähnliche Offenheit und Ehrlichkeit während des Gespräches, wie bei einem „face-to-face“-Interviews, zu gewährleisten. Telefoninterviews haben den Nachteil, dass die Kontrolle über das Gespräch eingeschränkt ist und visuelle Informationen verloren gehen.⁸¹ Jedoch spielen Gestik und Mimik für das Ergebnis der Untersuchung keine Rolle, da es auf den Gehalt der Informationen ankommt. Somit war das Telefoninterview für die Untersuchung zulässig, da es eine größere Flexibilität für den Interviewpartner und -termin gewährleistet hat.⁸²

⁷⁸ Vgl. Häder, Michael: Empirische Sozialforschung [wie Anm. 57], S. 261.

⁷⁹ Gläser, Jochen / Laudel, Grit: Experteninterviews und Qualitative Inhaltsanalyse [wie Anm. 68], S. 154.

⁸⁰ Ebd.

⁸¹ Vgl. Ebd., S. 153.

⁸² Vgl. Ebd.

Der Zeitraum für die Interviews wurde beim Erstkontakt mit den Interviewpartnern auf einen Monat, sprich vom 20.05.2014 bis zum 20.06.14, festgelegt. Die tatsächlichen Interviews fanden alle zwischen Dienstag, dem 20.05.14 und Freitag, dem 13.06.14 statt. Die Interviews an sich, ausgenommen einem kleinen Vorgespräch bei dem die Arbeit und Arbeitsweise erklärt wurden, dauerten zwischen 18 und 36 Minuten.

Anschließend wurden alle Interviews vollständig transkribiert und anonymisiert an Stellen, wo man Rückschlüsse auf den Interviewpartner hätte ziehen können. Die Transkription fand nach den Regeln von Gläser/Läude⁸³ statt. Alle transkribierten Interviews sind im Anhang angefügt.

5.5 Qualitative Inhaltsanalyse als Auswertungsverfahren

Die leitfadengestützten Experteninterviews wurden nach dem Prinzip der qualitativen Inhaltsanalyse ausgewertet.

„Die qualitative Inhaltsanalyse wertet Texte aus, indem sie ihnen in einem systematischen Verfahren Informationen entnimmt. Zu diesem Zweck wird der Text mit einem Analyseraster auf relevante Informationen hin durchsucht. Die dem Text entnommenen Informationen werden den Kategorien des Analyserasters zugeordnet und relativ unabhängig vom Text weiterverarbeitet, d.h. umgewandelt, mit anderen Informationen synthetisiert, verworfen usw.“⁸⁴

Entgegen der klassischen qualitativen Inhaltsanalyse, welche als quantitative Methode entstanden ist⁸⁵ wurde bei dieser Untersuchung im Vorlauf kein geschlossenes Kategoriensystem⁸⁶ aufgestellt. Mit einem solchen System hätte man die Häufigkeit des Auftretens einer Kategorie im Text gemessen (quantifiziert)⁸⁷, jedoch würde das dem offenen und qualitativen Ansatz der Untersuchung widersprechen. Schließlich geht es nicht darum Häufigkeiten zu analysieren, sondern Informationen zu extrahieren und diese dann zu interpretieren.

⁸³ Vgl. Ebd, S.193 ff.

⁸⁴ Ebd, S. 46.

⁸⁵ Vgl. Ebd, S. 197 f.

⁸⁶ Vgl. Ebd.

⁸⁷ Vgl. Ebd, S. 198.

Der Ansatz dieser Untersuchung beruht im Kern also auf der Extraktion; darunter versteht man „die Entnahme der benötigten Informationen aus dem Text. Das geschieht mittels eines Suchrasters, welches ausgehend von den theoretischen Vorüberlegungen konstruiert wird.“⁸⁸ Das Categoriesystem, welches sich durch das Suchraster bestimmt, ist gleichzeitig offen, da es während der Extraktion verändert werden kann, „wenn im Text Informationen auftauchen, die relevant sind, aber nicht in das Categoriesystem passen.“⁸⁹ Die Merkmalsausprägungen sind also frei und können sich fortlaufend verändern.

Die zu extrahierenden Rohdaten wurden in einer „Extraktionstabelle“ (siehe Anhang) separat bearbeitet und immer mit einer Quellenangabe mitaufgeführt. Dadurch ist es jederzeit möglich die Daten anhand des Ursprungtextes zu überprüfen.⁹⁰ Außerdem müssen diese Rohdaten nach Redundanzen und Widersprüchen geprüft sowie anschließend für die Auswertung relevanter Kriterien sortiert werden.⁹¹ Die Sortierung passt sich inhaltlich an die Struktur des Interviewleitfadens an. Trotzdem wurde ebenso inhaltlich darauf geachtet, dass wenn Antworten für einen relevanten Themenkomplex in einem anderen Themenkomplex gefallen sind, diese bei der Auswertung individuell an der richtigen Stelle zugeordnet wurden.

Im Anschluss an die Extraktionsergebnisse und Analyse folgt die Interpretation in Form des hypothesengenerierenden Ansatzes. Nach der Prüfung der Aussagen der Sportjournalisten auf Plausibilität und Kausalität sowie Überschneidungen von Themen wurden diese zusammengefasst und als Hypothesen zur Untersuchung aufgestellt.

„Hypothesen sind aus präzise definierten Begriffen zusammengesetzte Sätze, die mit mehr oder weniger Wahrheitsanspruch mehr oder weniger allgemeine Aussagen über bestimmte Bereiche der Realität enthalten.“⁹²

Die aufgestellten Hypothesen unterscheiden sich dabei je nach Themenkomplex in der Tiefe und Aussagekraft. Das liegt allein schon daran, dass im ersten Teil des Interviewleitfadens allgemeine Aussagen über die gegenwärtige Nutzung von Statistiken generiert wurden und im zweiten Teil zum Beispiel die Tiefenperspektive von der Rolle und dem Einfluss von Statistiken beleuchtet wird. Hinzuzufügen ist, dass nicht aus allen

⁸⁸ Ebd, S. 200.

⁸⁹ Ebd, S. 201.

⁹⁰ Vgl. Ebd.

⁹¹ Vgl. Ebd, S. 202.

⁹² Eberhard, Kurt: Einführung in die Wissenschaftstheorie und Forschungsstatistik für soziale Berufe. 2. Auflage. Darmstadt 1977. S. 4.

Aussagen und Einschätzungen der Sportjournalisten Hypothesen aufgestellt wurden, sondern es wurde nach der Aussagekraft selektiert und interpretiert, sodass nur passende Hypothesen zum Untersuchungsansatz aufgestellt worden sind.

6 Zusammenfassung und Interpretation der Ergebnisse

Die Zusammenfassung der Untersuchungsergebnisse orientiert sich weitestgehend an der Struktur des Interviewleitfadens. Es wurden vereinzelt Änderungen in der Reihenfolge des Interviewleitfadens für die Extraktionstabellen vorgenommen, da die inhaltliche Struktur an die Aussagekraft für die drei theoretischen Untersuchungsfelder angepasst wurde. Im Zentrum dieses Kapitels steht die Hypothesenbildung. Die formulierten Hypothesen orientieren sich dabei an den Kategorien innerhalb der Extraktionstabellen (*siehe* Anhang).

Für die Erstellung der verschiedenen Kategorien wurde jede Frage mit den zusammenhängenden Antworten durchnummeriert und anhand eines Buchstaben-Zahlen-Kürzels abgekürzt. Anhand der individuellen Kürzel für jede einzelne Frage/Antwort-Kategorie wurde im Folgenden zitiert. Beispielsweise besitzt die Kategorie „*Statistiken werden im Allgemeinen regelmäßig für die Berichterstattung genutzt.*“ auf die erste Frage der Extraktionstabellen „*Nutzen Sie Statistiken für die Berichterstattung?*“ die Kategorie [*Frage 1/Kategorie 1*], kurz [*F1/K1*]. Diese Vorgehensweise verhindert, dass jeder Interviewpartner einzeln analysiert und mit den originalen Textstellen versehen werden muss. Die Abkürzung anhand der Kategorien sorgt fortlaufend für eine bessere Les- und Vergleichbarkeit sowie für eine übersichtlichere Darstellung der Untersuchungsergebnisse. Anhand des Interviewleitfadens haben sich in der Praxis 18 relevante Fragen für die Extraktionstabellen ergeben, die in ihren Antwortmöglichkeiten von 2 bis 12 verschiedene Kategorien variieren. Diese 18 Fragen wurden dann in **drei** thematische Bereiche unterteilt, welche die folgenden Kapitel bilden.

Im ersten Kapitel (*siehe* 6.1) geht es um die generellen Aussagen über die aktuelle Nutzung von Statistiken, insbesondere von modernen Statistiken wie Tracking- und Scoutingdaten. Dieses Kapitel ist abschließend zu dem theoretischen Teil der Bachelorarbeit zu sehen, da zu den theoretischen Vorüberlegungen nun konkrete Aussagen getroffen werden. Somit kommt der Aussagekraft der Hypothesen in diesem Kapitel eher ein übergeordneter als tiefgreifender Charakter zu.

Das zweite Kapitel (*siehe* 6.2) beschäftigt sich mit der tiefergehenden Analyse, welche Rolle und welchen Einfluss Statistiken auf die Berichterstattung haben. An dieser Stelle findet ebenfalls eine Bewertung der Befragten über die Berichterstattung statt. Ist die Berichterstattung ausgewogen und differenziert? Die aufgestellten Hypothesen in diesem Kapitel können die Grundlage für zukünftige repräsentative Studien ergeben.

Das dritte Kapitel (siehe 6.3) befasst sich abschließend mit der Zukunftsperspektive von Statistiken. Dabei sollten die Journalisten einordnen wie der Angebotsmarkt zukünftig aussehen könnte und welche Entwicklungspotenziale sie in diesem Teilbereich ihrer Arbeit sehen.

6.1 Generelle Nutzung von Statistiken in der Praxis des Sportjournalisten

Der theoretische Teil der Bachelorarbeit analysiert die Statistik (siehe Kapitel 2), den Sportjournalisten (siehe Kapitel 3) und die Datenlieferanten (siehe Kapitel 4) in ihrer Historie und Bedeutung für die Untersuchung. Aus diesen drei Bausteinen, welche im Vorlauf einzeln für sich standen, ergibt sich anhand der Untersuchungsergebnisse für die generelle Nutzung von Statistiken ein Geflecht, welches in diesem Kapitel zusammengefasst und interpretiert wird.

Bei den befragten Sportjournalisten herrscht große Einigkeit darüber, dass Statistiken in der Fußballberichterstattung genutzt werden. Alle fünf befragten Sportjournalisten gaben an, dass sie Statistiken regelmäßig nutzen. [F1/K1] Dabei variiert die Regelmäßigkeit von Journalist zu Journalist zwischen täglich⁹³ und wöchentlich⁹⁴. Eine Regelmäßigkeit war jedoch immer festzustellen. Zwei der fünf Interviewteilnehmer gaben außerdem an, dass sie moderne Statistiken, wie Tracking- und Scoutingdaten, regelmäßig für die Fußballberichterstattung nutzen. [F1/K2] Trotz dessen, dass IP III, IP IV und IP V nicht explizit konkretisierten, ob sie moderne Statistiken nutzen, lässt sich über das Wissen der Herstellung von modernen Statistiken [F7/K1] und über die Antworten auf die Frage „Warum und wofür nutzen Sie Statistiken?“ [F6] herleiten, dass alle teilgenommenen Sportjournalisten auch modernere Formen von Statistiken in der Fußballberichterstattung nutzen. Aus diesen Ergebnissen generieren sich folgende Hypothesen, die somit einleitend den theoretischen Teil der Bachelorarbeit und das Untersuchungsziel bestätigen:

Hypothese 1: *Statistiken werden in der Fußballberichterstattung regelmäßig genutzt.*

Hypothese 2: *Moderne Formen von Statistiken, wie Tracking- und Scoutingdaten, werden in der Fußballberichterstattung genutzt.*

⁹³ Vgl. IP II, S. 1, Z. 17.

⁹⁴ Vgl. IP III, S. 1, Z. 13.

Seit wann genau moderne Formen von Statistiken in der Fußballberichterstattung genutzt werden, konnten die Interviewteilnehmer nicht einheitlich beantworten. Wie bereits unter Kapitel 3.2 thematisiert spielten laut IP I die Fernsehsender bei der Entwicklung eine wichtige Rolle⁹⁵. IP II glaubt außerdem, dass das Internet als Leitmedium⁹⁶ und Großereignisse wie die Fußballweltmeisterschaft 2006 in Deutschland⁹⁷ die Entwicklung von modernen Statistiken voran gebracht haben. IP III hingegen erkennt keinen Zusammenhang, sondern meint, „dass ist dann irgendwann letztlich angeboten worden.“⁹⁸ Einen interessanten Ansatz in dieser Hinsicht, speziell für die Printmedien, liefert hingegen IP I, der sagt, dass es ein Einschnitt in der Entwicklung war, als ein Boulevardmedium aus der Laufstatistik eines Spielers eine Schlagzeile kreierte.⁹⁹

Diese Ansicht von IP I bestätigt auch die Entwicklung in der Nutzung von Statistiken. Statistiken werden nicht mehr nur noch graphisch in den Printmedien aufgeführt [F2/K2], wie man es von der klassischen Tabellenübersicht kennt, sondern ebenso textgebunden. [F2/K1] Dass eine moderne Statistik, wie von IP I beschrieben, ebenso eine Schlagzeile ausmachen kann, bestätigt sich ebenfalls in den Untersuchungsergebnissen. Drei der fünf Interviewpartner gaben an, dass sie Statistiken nicht mehr nur noch unterstützend nutzen. Für sie ergeben sich aus Statistiken außerdem eigene Themen für die Berichterstattung. [F5/K1] Zur Art der Nutzung von Statistiken lässt sich somit folgende Hypothese aufstellen:

Hypothese 3: *Statistiken werden heutzutage sowohl unterstützend (graphisch) als auch themensetzend genutzt.*

Neben klassischen Tabellen, welche am meisten genutzt werden [F4/K1] spielen modernste Tracking- und Scoutingdaten eine wichtige Rolle [F4/K2], da sich aus ihnen unter anderem Themen generieren lassen. Weist ein Spieler beispielsweise in einer Kategorie wie der „Laufleistung“ oder „Passquote“ eine besondere Leistung auf, so lohnt es sich für die Journalisten daraus mit textgebundenen Statistiken ein Thema zu setzen. Im journalistischen Fachjargon heißt das „eine Geschichte schreiben“. Das Schreiben von Geschichten ist einer der meistgenannten Gründe für die Nutzung von Statistiken in der Berichterstattung. [F6/K5] Neben diesem Grund dienen Statistiken vor allem als Orientierungshilfe zur Beurteilung einer Leistung [F6/K1], zur Bestätigung

⁹⁵ Vgl. IP I, S. 1, Z. 32f.

⁹⁶ Vgl. IP II, S. 5, Z. 146.

⁹⁷ Vgl. IP II, S. 5, Z. 150.

⁹⁸ IP III, S. 8, Z. 82.

⁹⁹ Vgl. IP I, S. 1, Z. 25ff.

oder Korrektur der eigenen Eindrücke [F6/K2] und sind Parameter für die individuelle Schulnoten-Vergabe an Fußballspieler nach einem Spiel. [F6/K3] Allgemein gefasst haben moderne Formen von Statistiken für Sportjournalisten folgenden Zweck:

Hypothese 4: *Moderne Statistiken liefern objektive Parameter, um die Leistung von Sportlern einordnen zu können.*

Hypothese 5: *Moderne Statistiken verstärken oder korrigieren subjektive Eindrücke von Sportjournalisten.*

Nachdem die Interviews ergeben haben, dass moderne Statistiken eine wichtige Rolle in der Fußballberichterstattung einnehmen, stellt sich die Frage, auf welche Quellen die Sportjournalisten bei der Einschätzung zurückgegriffen haben. Grundsätzlich unterscheidet sich die Arbeitsweise der Journalisten in dieser Hinsicht in der „Eigenrecherche“ und der „Zulieferung von Daten“ durch Unternehmen, wie sie bereits unter 4.1 vorgestellt wurden. Vier der fünf Befragten gaben an, dass sie mit Unternehmen wie IMPIRE oder OPTA SPORTS zusammenarbeiten und gegen Entgelt moderne Statistiken beziehen. [F3/K1] Hinzu kommt, dass alle befragten Journalisten zusätzlich oder ausschließlich Eigenrecherche betreiben. [F3/K2] Unter Eigenrecherche versteht sich, dass die Journalisten entweder bekannte Internetportale wie BUNDESLIGA.DE und BILD.DE¹⁰⁰ besuchen oder sich ihre Informationen von Fachzeitschriften wie dem KICKER¹⁰¹ ziehen. Außerdem wurde als mögliche Quelle ebenfalls der Stadion-Besuch an Spieltagen genannt, da die Bundesligavereine Spielstatistiken für die Medien nach Spielende bereitstellen. [F3/K3]

Dieses Ergebnis weist eine große Konzentration an wenigen Quellen auf. Denn: Wie bereits unter 4.2 dargestellt beziehen die genannten Quellen für die Eigenrecherche der Journalisten, ihre Daten ebenfalls von IMPIRE und OPTA SPORTS. In der Praxis bedeutet das, dass einerseits IMPIRE und OPTA Lieferanten der Daten für die genannten Internetportale sind und andererseits, dass OPTA seit der Saison 2013/2014 die offiziellen Spieldaten für die DFL liefert, welche wiederum auf den Internetseiten der DFL (BUNDESLIGA.DE) zu finden sind sowie von den Fußballvereinen in den Stadien genutzt werden. Daraus ergibt sich:

¹⁰⁰ Vgl. IP II, S. 1, Z. 24.

¹⁰¹ Vgl. IP I, S. 2, Z. 45.

Hypothese 6: *Sportjournalisten nutzen bei der Fußballberichterstattung direkt (durch Einkauf) oder indirekt (durch Eigenrecherche) größtenteils die Angebote von IMPIRE und OPTA SPORTS.*

Hypothese 7: *Durch diese Konzentration auf wenige Anbieter, gibt es eine Angebotsoligopolstellung auf Seiten von IMPIRE und OPTA SPORTS.*

Des Weiteren hat die Untersuchung ergeben, dass viele Medien nicht regelmäßig ihre Statistiken von IMPIRE oder OPTA einkaufen, weil der Preis dafür zu hoch ist. [F3/K4] Vor allem die Arbeitnehmer der kleinen Tageszeitungen oder lokalen Printmedien antworteten, dass es letztlich eine Kostenfrage sei, die Angebote dieser Unternehmen regelmäßiger in Anspruch zu nehmen.¹⁰²

Hypothese 8: *Durch die Marktkonzentration auf wenige Unternehmen wie IMPIRE und OPTA, können diese ihre Preise nahezu frei gestalten.*

Hypothese 9: *Klein- und mittelständische Printmedienunternehmen können sich die regelmäßigen Ausgaben für moderne Statistiken aufgrund eines limitierten Haushaltes oftmals nicht leisten.*

Wie bereits dargestellt nutzen die Sportjournalisten durch die Eigenrecherche trotzdem indirekt die Daten der Fußballstatistik-Unternehmen. Nachdem nun allgemeine Aussagen über die Nutzung von Statistiken in der Fußballberichterstattung getroffen wurden und das Abhängigkeitsverhältnis zu Fußballstatistik-Unternehmen dargestellt wurde, wird im nächsten Kapitel tiefergehend der Einfluss und die Rolle von Statistiken thematisiert.

6.2 Einfluss und Rolle von Statistiken in der printmedialen Fußballberichterstattung

Zusammenfassend zu 6.1 kann man sagen, dass moderne Statistiken eine wichtige Rolle in der Fußballberichterstattung einnehmen und somit die Abhängigkeit von den angebotenen Statistiken der genannten Unternehmen einhergeht. Da solche Statistiken unverzichtbare Quellen für die Berichterstattung sind, wurden die Sportjournalisten gefragt, ob sie überhaupt wüssten, wie solche modernen Statistiken entstehen. Alle IPs konnten grundlegende Kenntnisse über die Erhebung von Tracking- und Scoutingdaten

¹⁰² Vgl. IP I, S. 2, Z. 50.

aufweisen. Jedoch zeigte nur IP V ein wirklich detaillierten Wissensschatz auf [F7/K2]; IP I bis IP IV verfügten über eine sehr differenzierte Vorstellung. [F7/K1] Über die Erhebung von Scoutingdaten wussten die meisten Journalisten, dass diese via Handarbeit¹⁰³ vor dem Fernseher oder aus dem Stadion von Studenten¹⁰⁴ hergestellt werden. Auch den technischen Aspekt bei Trackingdaten wussten die meisten ansatzweise mit Spezialkameras¹⁰⁵ zu erklären. In einem Punkt waren sich dabei vier von fünf Journalisten einig. Anhand ihrer Vorstellungen über die Erhebung der Statistiken, erkennen die Interviewteilnehmer Fehlerquellen beziehungsweise den Einfluss von subjektiven Erhebungskriterien. [F8/K2]

Hypothese 10: Journalisten haben nur ein Grundverständnis dafür, wie moderne Statistiken erhoben werden.

Hypothese 11: Trotzdem sehen die Journalisten potenzielle Fehlerquellen und die Gefahr von subjektiven Einflüssen bei der Erhebung von modernen Statistiken mit dem Anspruch der Objektivität.

Die Gründe für diese vermeintliche Gefahr nennen die Journalisten gleich mit. Zum einen ist es ihnen unklar, wer diese Daten erhebt. [F9/K1] Ob es sich wirklich, wie vorherig vermutet, um ungelernte studentische Hilfskräfte oder ausgebildete Mitarbeiter handelt, wird den Journalisten anscheinend nicht vermittelt oder es besteht kein Interesse, dies zu erfahren. Zum anderen kritisieren die Journalisten die vermeintlich fehlende Objektivität [F9/K2], welche sich auch in den meist unterschiedlichen Werten für ein und dieselbe Statistik-Kategorie wiederfindet. [F9/K3] Liefern IMPIRE und OPTA sich voneinander unterscheidende Statistiken, hat der Sportjournalist „diesen Grundkonflikt, welche da jetzt richtig ist oder ob eine richtig ist.“¹⁰⁶

Hypothese 12: Den Journalisten ist unklar, ob hinreichend qualifizierte Arbeiter moderne Statistiken erstellen und ob am Ende wirklich eine Objektivität gewährleistet ist.

Hypothese 13: Durch unterschiedliche Erhebungsverfahren oder Richtlinien unterscheiden sich die angebotenen Statistiken über denselben Inhalt von Fir-

¹⁰³ Vgl. IP I, S. 2, Z. 59.

¹⁰⁴ Vgl. IP II, S. 43, Z. 43ff.

¹⁰⁵ Vgl. IP II, S. 2, Z. 45.

¹⁰⁶ IP IV, S. 3, Z. 88f.

ma zu Firma, wodurch keine Reliabilität, Validität und Objektivität der Daten gewährleistet sein kann.

Das Wissen über mögliche Fehlerquellen hat ebenfalls direkte Auswirkung auf die Nutzung und Publikation solch moderner Statistiken. Die Nutzung von modernen Statistiken ist bedingt durch potenzielle Fehlerquellen vorsichtiger [F10/K1] und nimmt keine zentrale Rolle ein [F10/K2], da solche Statistiken zunächst auf die Aussagekraft überprüft werden müssen. [F10/K4] Als negative Folge sieht IP I für die Fußballberichterstattung, dass verschiedene Medien vermehrt verschiedene Statistiken abbilden. [F10/K3] Eine weitere Auswirkung für die Nutzung dieser Statistiken ist, dass manche Statistiken dann selektiv missbraucht und genutzt werden, obwohl ihnen nur bedingt Aussagekraft zugesprochen wird. [F10/K5] In der Praxis äußert sich dieses Problem laut IP IV so, dass absurde Statistiken genutzt werden.¹⁰⁷ „Da neigt die Branche des Journalisten dann dazu, sich kurz die Statistik zu stricken, die man braucht.“¹⁰⁸ Lediglich IP V äußert sich dazu, dass ein Journalist überhaupt über eine gewisse Expertise verfügen muss, damit man Statistiken richtig interpretieren und nutzen kann. [F10/K6]

Hypothese 14: *Moderne Statistiken werden von den Journalisten vorsichtiger genutzt und detaillierter auf ihre Aussagekraft überprüft.*

Hypothese 15: *Unterschiedliche Medien bilden unterschiedliche Statistiken zu ein und derselben Thematik ab.*

Hypothese 16: *Statistiken werden von Journalisten selektiv missbraucht, um die Aussagekraft eines Textes zu verstärken.*

Hypothese 17: *Sportjournalisten müssen über eine gewisse Expertise verfügen, um moderne Statistiken angemessen interpretieren und nutzen zu können.*

Die nächste Untersuchungsfrage zeigt, dass die meisten Journalisten im Umgang mit den Statistiken über die nötige Expertise verfügen. Denn bei der Bewertung der Medienlandschaft im Allgemeinen, gaben wieder vier von fünf Sportjournalisten an, dass Statistiken in der Medienlandschaft zutreffend abgebildet werden. [F11/K1] Lediglich IP IV äußerte sich dazu, dass er der Meinung ist, dass Statistiken nicht immer zutreffend abgebildet werden. [F11/K2] Als Gründe dafür wurden die falsche Interpretation der Statistiken [F11/K3], deren gezielte Nutzung um Schlagzeilen zu kreieren [F11/K4] so-

¹⁰⁷ Vgl. IP IV, S. 3, Z. 63.

¹⁰⁸ IP IV, S. 3, Z. 72f.

wie - darauf aufbauend - die Anpassung von Statistiken für den eigenen Text [F11/K5], genannt. Diese Feststellungen haben jedoch keine Auswirkungen darauf, ob Statistiken häufiger dazu genutzt werden, Schlagzeilen bzw. Geschichten jeweils positiver oder negativer zu formulieren. Viel mehr erkennen die Befragten einen Trend dahingehend, dass vergleichsmäßig ausgeglichen mit Statistiken umgegangen wird. [F12/K1] Gleichzeitig werden hierbei deutliche Extrema sichtbar, Ausschläge die in beide Richtungen gehen. Über konstante und mittelmäßige Leistungen wird seltener berichtet. IP IV meint das läge an dem „Grundproblem des Journalismus. Wenn es Mittelmaß ist, gibt es ja eigentlich keinen Grund darüber zu berichten.“¹⁰⁹ IP V fügt dazu speziell zum Fußballsport an: „Der durchschnittliche Spieler steht halt weniger im Fokus als der Torschütze. Das ist nicht nur in der Statistik so.“¹¹⁰ Aus diesem Umgang von Sportjournalisten mit Statistiken in der Berichterstattung ergeben sich folgende Hypothesen:

Hypothese 18: *Statistiken werden in der Medienlandschaft zutreffend abgebildet.*

Hypothese 19: *Statistiken werden sowohl für Positiv- als auch Negativberichterstattung ausgewogen verwendet.*

Abschließend zu dem Einfluss und zur Rolle von Statistiken für die Berichterstattung, sollten die Interviewteilnehmer einordnen, welche konkrete Rolle Statistiken für Teilnehmer des Fußball-Business, sprich für Journalisten, für Trainer und Spieler spielen. Bei dieser Untersuchungsfrage ergab sich eine hohe Diversität an Antworten, da die Befragten gleichzeitig mitangaben, wieso Statistiken für den einen oder anderen eine wichtige Rolle spielen. Im Durchschnitt lag die Anzahl der verschiedenen Frage/Antwort-Kategorien bei jedem Befragten bei knapp 5,4. Bezüglich der generellen Bedeutung von Statistiken gaben die meisten Sportjournalisten an, dass Statistiken für Journalisten eine wichtige Rolle spielen [F13/K3], wenn nicht sogar eine wichtigere Rolle als für Trainer und Spieler. [F13/K6] Während die Gründe für die Nutzung von Statistiken von Journalisten bereits genannt wurden, äußerten sich die Journalisten ebenfalls zu der Nutzung für Trainer und Spieler. Trainer nutzen Statistiken vor allem für die tägliche Arbeit [F13/K9], da IP I¹¹¹ und IP IV¹¹² eine stärkere Einbindung der Wissenschaft im Fußballsport sehen. Paradoxerweise wiesen die Journalisten ebenfalls daraufhin, dass Trainer und Spieler Statistiken vor allem dazu nutzen, sich gegen

¹⁰⁹ IP IV, S. 6, Z. 155f.

¹¹⁰ IP V, S. 4, Z. 107f.

¹¹¹ Vgl. IP I, S. 6, Z. 194.

¹¹² Vgl. IP IV, S. 4, Z. 100f.

die Öffentlichkeit zu schützen. [F13/K10, K12] Während also Journalisten Statistiken nutzen, um über Spieler oder Trainer Geschichten zu entwickeln, nutzt die Gegenseite genau diese, um sich vor möglichen Themen und Schlagzeilen zu schützen. IP III empfindet das für Trainer und Spieler konkret als „Hilfsmittel zum Schutze der eigenen Spieler nach außen. Zahlen, die dann halt selektiv gewählt werden, um halt letztlich Kritik den Wind aus den Segeln zu nehmen.“¹¹³ Zusammenfassend ergeben sich aus diesen Erkenntnissen folgende Hypothesen:

Hypothese 20: *Statistiken spielen für Journalisten und Medien eine wichtigere Rolle als für Trainer und Spieler.*

Hypothese 21: *Während Journalisten Statistiken nutzen, um Themen zu entwickeln, nutzen Spieler und Trainer diese Statistiken, um kritische Themen zu verhindern.*

6.3 Einfluss und Rolle von Statistiken in der printmedialen Fußballberichterstattung

Nachdem von den Journalisten ausreichend beantwortet wurde, wie sie Statistiken nutzen und welche Rolle sie einnehmen, begann der dritte Teil des Interviewleitfadens mit der einleitenden Frage, ob die Berichterstattung zukünftig auch ohne Statistiken funktionieren würde. Die klare Antwort der Journalisten war, dass die Berichterstattung auf die Nutzung von Statistiken angewiesen ist und daher darauf nicht verzichtet werden kann. [F14/K2] Neben klassischen Statistiken, die sowieso immer genutzt werden müssen [F15/K2] sind Statistiken, wie im vorherigen Kapitel beschrieben, ein wichtiger Unterstützer für die Arbeit der Akteure in diesem Fußball-Business (Journalisten, Trainer und Spieler). [F15/K5] Außerdem sehen sich die Printjournalisten in einem gewissen Abhängigkeitsverhältnis zu Leitmedien wie dem Fernsehen und Internet. „Weil gerade auch bei Leitmedien wie dem Fernsehen Statistiken bei einer Spielübertragung zu einer Grundausstattung dazu gehören und wenn wir dann als Zeitung kommen, kann man das nicht ganz ausblenden.“¹¹⁴ Das bedeutet konkret, dass solange aktuelle Leitmedien dem Publikum Statistiken liefern, dieses Verlangen nach Statistiken auch von Printmedien bedient werden muss. [F15/K4]

¹¹³ IP III, S. 4, Z. 127ff.

¹¹⁴ IP I, S. 6, Z. 180ff.

Hypothese 22: *Statistiken sind zu einem festen und wichtigen Bestandteil der Berichterstattung geworden.*

Hypothese 23: *Solange bestimmte Leitmedien Statistiken für die Berichterstattung nutzen, werden diese ein fester Bestandteil in der Printberichterstattung bleiben.*

Den Fall, dass es keine Statistiken mehr in der Berichterstattung geben wird, schließen die Sportjournalisten kategorisch aus. Dieser Eindruck bestätigt sich vor allem daher, da die Befragten einen Trend in die entgegengesetzte Richtung feststellen. Alle fünf Interviewteilnehmer sind der Meinung, dass das Angebot an modernen Statistiken zunehmen wird und daher die Berichterstattung damit ausführlicher werden könnte. [F16/K1]

Hypothese 24: *Das Angebot an Statistiken wird zukünftig zunehmen.*

Hypothese 25: *Durch ein größeres Angebot an Statistiken, wird auch die Berichterstattung mit Statistiken ausführlicher.*

Neben einem größeren Angebot [F17/K2] und der Tendenz zur zunehmenden Wissenschaftlichkeit der Sportart [F17/K3] sehen die Journalisten vor allem zwei weitere Entwicklungstendenzen, die eine Zunahme der Berichterstattung mit Statistiken begünstigen. IP V hat analytisch festgestellt, dass die Rezipienten vermehrt Statistiken lesen wollen. [F17/K1] „Also es ist auch bei uns so, dass die Seiten mit den meisten Zahlen und Statistiken diejenigen sind, an denen die Leser am meisten kleben bleiben.“¹¹⁵

IP II hingegen sieht eine Zunahme von Statistiken in der Berichterstattung darin begründet, dass es für Journalisten schwieriger wird Spieler oder Verantwortliche zu interviewen. Eine Abschottung der Vereine bedeutet für die Journalisten, dass sie sich andere Themen suchen müssen, was unter anderem durch Statistiken ausgeglichen werden könnte.¹¹⁶ [F17/K4]

Hypothese 26: *Die Berichterstattung mit Statistiken wird zunehmen, da die Rezipienten Daten und Zahlen gerne lesen.*

¹¹⁵ IP V, S. 3, Z. 94ff.

¹¹⁶ Vgl. IP II, S. 5, Z. 130ff.

Hypothese 27: *Die Berichterstattung mit Statistiken wird zunehmen, da sich aus Statistiken konstant Themen generieren lassen, während der Kontakt zu den Vereinen geringer wird.*

Neben der Zunahme von Statistiken sehen die Interviewteilnehmer konkrete Entwicklungstendenzen, was die Qualität zukünftiger Statistiken betrifft. Allgemein gesehen werden Statistiken noch detaillierter und spezieller [F18/K4], was vor allem an einer fortschreitenden „Amerikanisierung“ der statistischen Angebote liegt. [F18/K1] IP IV sieht die aktuelle Berichterstattung im Fußball als Entwicklung aus amerikanischen Sportarten¹¹⁷, die sich durch eine unterschiedliche Periodizität zu den USA, auch in Deutschland ähnliche Züge nehmen wird.¹¹⁸ Trotzdem vermuten drei der fünf Befragten, dass es keine Datenüberflut geben wird, wie sie in Teilen in amerikanischen Sportarten vorzufinden ist. [F18/K3] IP III begründet diese mögliche Entwicklung für den Fußballsport in Deutschland darin, dass „hier eine gewisse Sättigung in dem Bereich erreicht ist, als jetzt in anderen Ländern.“¹¹⁹

Hypothese 28: *Das Angebot an Statistiken wird sich weiter ‚amerikanisieren‘. Das bedeutet: Es wird nach Vorbild von amerikanischen Sportarten detaillierter und spezieller.*

Hypothese 29: *Eine Datenflut, wie sie in der Berichterstattung bei amerikanischen Sportarten vorzufinden ist, wird es im Fußballsport nicht geben.*

Die letzte Entwicklungstendenz, welche die Interviewteilnehmer festgestellt haben, ist die Fokussierung auf den einzelnen Spieler einer Mannschaft. IP I glaubt, dass der einzelne Spieler bis ins letzte Detail ausgeleuchtet wird, um ihn zu stilisieren.¹²⁰ Das bedeutet, dass man versucht Superstars zu kreieren und sich eine Mannschaft immer mehr auf einzelne Namen zuspitzt.¹²¹ Auch IP V bemerkt, „dass der stärkere Blick immer mehr auf das einzelne Individuum gerichtet ist.“¹²² Daraus lässt sich die letzte Hypothese herleiten:

Hypothese 30: *Die Fokussierung auf den einzelnen Sportler einer Mannschaft nimmt zu.*

¹¹⁷ Vgl. IP IV, S. 4, Z. 114.

¹¹⁸ Vgl. IP IV, S. 4, Z. 116ff.

¹¹⁹ IP III, S. 5, Z. 155f.

¹²⁰ Vgl. IP I, S. 7, Z. 230f.

¹²¹ Vgl. IP I, S. 7, Z. 232ff.

¹²² IP V, S. 6, Z. 176f.

7 Schlussbetrachtungen

Im Fokus des Interesses stand die Frage, wie die printmediale Berichterstattung mit Statistiken über Profifußball aussieht. Dabei haben die fünf Experteninterviews umfangreiche Ergebnisse hervorgebracht. Die vorliegende Arbeit hat gezeigt, dass neben klassischen Statistiken, moderne Statistiken wie Tracking- und Scoutingdaten auch längst ein fester Bestandteil in der Fußballberichterstattung sind. Entsprechend den Vorüberlegungen sind solche Statistiken heutzutage nicht mehr nur noch „graphische Seitenfüller“, sondern bieten den Journalisten Raum für Themenbildung. Die Berichterstattung über ein Fußballspiel beschränkt sich nicht auf das reine Ergebnis – wenn ein Spieler oder die Mannschaft statistisch auffällige Werte in manchen Bereichen hat, ist das für die Sportjournalisten Anlass genug, daraus „eine Geschichte zu machen“. Überrascht hat hingegen, wie abhängig Sportjournalisten in diesem Teilbereich ihrer Arbeit von zwei Fußballstatistik-Unternehmen sind.

Bei der genaueren Analyse der Quellen von Sportjournalisten im Zusammenhang mit ihren eigenen Erfahrungen ist heraus gekommen, dass nahezu jede Quelle für moderne Statistiken auf IMPIRE oder OPTA SPORTS zurückzuführen ist. Eine Marktkonzentration auf zwei Unternehmen sieht sich einer Vielzahl von Medien gegenüber, was schlussendlich für ein Abhängigkeitsverhältnis sorgt. Überrascht hat andererseits auch, welche Vorstellungen Journalisten davon haben, wie solche modernen Statistiken erhoben werden. Da alle Interviewteilnehmer ein Grundwissen über diese Thematik aufgewiesen haben, ist es schon erstaunlich, welche massive Kritik sie an der Erhebungsweise äußern. Die Sportjournalisten haben nicht nur festgestellt, dass sich die verschiedenen Werte der Firmen für ein Ereignis meistens unterscheiden, sondern wissen auch, dass die Komponente „Mensch“ eine wichtige Rolle spielt bei der Ermittlung von möglichen Fehlerquellen. Das wirft wiederum die Frage auf, ob ein Mitarbeiter der über 90 Minuten lang die Zweikämpfe eines Spielers vom Fernseher aus zählt und bewertet, verglichen mit einem Scout, der dieselben Zweikämpfe direkt im Stadion trackt, überhaupt richtig liegen kann? Das Misstrauen von Seiten der Sportjournalisten gegenüber der Validität der Daten wird zudem noch durch die Tatsache befeuert, dass die DFL den Definitionskatalog zur Erhebung der offiziellen Spieldaten nicht veröffentlicht hat. So kann der Rezipient der Daten, also der Sportjournalist, gar nicht einschätzen wie manche Aktionen während eines Spiels bewertet und definiert werden. Erhöhtes Misstrauen ist also die Folge.

Auf der anderen Seite ist es natürlich als spannend anzusehen, dass die meisten Journalisten den Daten trotzdem trauen, sie abbilden und die allgemeine Berichterstattung mit diesen modernen Statistiken anreichern. Dabei stellt sich die Frage, ob die Journalisten im Allgemeinen ihre Quellen kritisch hinterfragen oder gleichgültig feststellen, dass sie sie sowieso nutzen müssen, weil es erstens für den Leser zum Standard ge-

worden ist und zweitens weil Leitmedien wie das Fernsehen und das Internet solche Daten für die Spielberichterstattung nutzen. Gerade im zweiten Fall bliebe den Printmedien nicht mehr die Wahl, die modernen Statistiken ganz auszublenden.

Aus der Distanz betrachtet gibt es einfache Lösungsmöglichkeiten für das wahrnehmbar schlechte Verhältnis zwischen den Datenlieferanten und den Sportjournalisten. Eine Möglichkeit wäre, dass die Firmen den Sportjournalisten offen legen würden, wie sie genau arbeiten und in engeren Kontakt treten würden, wenn beide Parteien vor Ort in einem Fußballstadion wären. Auf der anderen Seite fordert das die nötige Zeit, welche gerade bei einem Sportjournalisten an einem Fußballwochenende knapp bemessen ist. Eine weitere Möglichkeit, die auch von einem der Interviewteilnehmer genannt wurde, ist es die Nutzung dieser Daten von der nötigen Expertise der Sportjournalisten in Abhängigkeit zu setzen. Um Statistiken wiederum richtig interpretieren zu können, muss erstmal das Wissen um deren Aufbau und Erstellung vorhanden sein. Somit ist der Sportjournalist bei diesem Lösungsweg gefordert, sich hinreichend zu informieren. Wie bereits ein Interviewteilnehmer erklärt hat, sucht sich am Ende jeder Journalist die Statistik, die er gerade braucht. Ob das der richtige Weg in dem Millionengeschäft „Fußball“ ist, wo gerade solche Fußballstatistik-Unternehmen finanziell partizipieren, ist zu mindestens fraglich. Eine weitere Untersuchung dieses Beziehungsgeflechts wäre sehr spannend, da sich doch sehr unterschiedliche Meinungen auf der einen Seite und trotzdem eine Abhängigkeit auf der anderen Seite vermuten lassen.

Durch den qualitativen Forschungsansatz haben die Experteninterviews ebenfalls zahlreiche neue Perspektiven und Ansätze aufgezeigt, bei denen eine weitere Forschung interessant wäre. Ein weiterer, spannender Aspekt kristallisiert sich bei der Untersuchung des Einflusses und der Rolle von Statistiken auf die Akteure des Fußball-Business - hier als Journalisten und Medien, Trainer und Spieler definiert – heraus. Bei *Hypothese 20* lassen die Experteninterviews vermuten, dass diese modernen Statistiken für Journalisten eine wichtigere Rolle spielen als für Trainer und Spieler. Wenn man diese Aussage damit vergleicht, dass die Sportjournalisten ebenfalls eine größer werdende Rolle der Wissenschaft bei modernen Fußballlehrern festgestellt haben, erscheint diese Hypothese mindestens fragwürdig. In welchem Umfang Fußballtrainer für ihre Arbeit mit Spielern Statistiken und welche Art davon nutzen, ist weitestgehend unbekannt. Es könnte genauso gut sein, dass die Trainer das Spiel noch viel kleinteiliger analysieren, als es sich die Medien vorstellen können und somit die Statistik noch eine viel größere Rolle spielt. Hinzu kommt, dass von den Journalisten unter *Hypothese 21* vermutet wird, dass Trainer und Spieler ihre Kenntnis über die Statistiken vor allem dazu nutzen, um sie nach außen hin vor den Journalisten als Schutzschild zu verwenden. Diese Wechselwirkung zwischen Sportjournalisten, die Statistiken verwenden um daraus Themen zu kreieren und auf der anderen Seite Trainer und Spieler die

genauso diese Statistik verwenden, um Themen zu verhindern, wäre interessant weiter zu analysieren.

Die Antworten auf den letzten thematischen Bereich des Interviewleitfadens – der Zukunftsperspektive – werfen weitere erwähnenswerte inhaltsanalytische Fragen für die Forschung auf. Künftig – das haben die vorliegenden Analyseergebnisse gezeigt – kann damit von folgender Entwicklung hinsichtlich des Angebots von modernen Statistiken und der Berichterstattung, laut Sportjournalisten, ausgegangen werden:

1. Die Berichterstattung und das Angebot an Statistiken wird sich weiter „amerikanisieren“.

Hiermit ist gemeint, wie bereits im Vorfeld verdeutlicht, dass das Angebot an Statistiken, nach dem Vorbild amerikanischer Sportarten wie Basketball, Eishockey et cetera, noch spezieller und detailreicher wird. Die befragten Sportjournalisten kannten sich in diesen Sportarten beziehungsweise der Berichterstattung darüber sehr gut aus und wussten, dass diese modernen Statistiken sich auch im Fußball nach diesem Vorbild entwickelt haben. Da in Amerika mit der statistischen Analyse einer Sportart jedoch früher begonnen wurde als in Deutschland, vermuten die Journalisten – periodisch versetzt – eine ähnliche Entwicklung bei der Berichterstattung über Fußball, die in Deutschland natürlich Fixpunkt des öffentlichen Interesses ist.

2. Eine Datenflut, wie sie bei der Berichterstattung bei amerikanischen Sportarten vorzufinden ist, wird es beim Fußball in Deutschland nicht geben.

Trotz einer spezieller werdenden Auswahl von Statistiken vermuten die Journalisten ebenso keine Datenflut. Das liegt daran, da sie glauben, dass in Deutschland schneller eine Sättigung bezüglich Statistiken eingetroffen ist. Im Gegensatz zu den statistikverliebten Amerikanern zählt, platt formuliert, in Deutschland, das Ergebnis eines Spiels immer noch mehr.

3. Die Fokussierung auf den einzelnen Sportler einer Mannschaft nimmt zu.

Diese Erkenntnis leitet sich von aktuellen Entwicklungen ab, welche Statistiken bedingen. Denn durch wachsende Kommerzialisierung und Eventisierung im Fußballsport wird von den Branchen, die an diesem Geschäft mitverdienen, versucht, aus einzelnen Fußballspielern Marken entstehen zu lassen. Natürlich gab es früher genauso „Superstars“ im Fußball wie zum Beispiel Beckenbauer und Maradona. Jedoch wurden diese nicht in einer solch extremen Weise überhöht, wie es heute gemacht wird. In Zeiten der sozialen Netzwerke werden die bestimmten „Superstars“ der Fußballmannschaften wie Messi, Ronaldo und Neymar auf Schritt und Tritt verfolgt und versucht zu kopieren. Dadurch, dass diese Spieler als Vorbilder gleichgesetzt werden, wird natürlich versucht

wie sie zu handeln, zu spielen und natürlich die Sachen zu tragen oder zu kaufen, die diese „Superstars“ tragen. Damit so eine Stilisierung von einzelnen Spielern überhaupt stattfinden kann, muss man natürlich auch messbar aufzeigen, dass sie sich von dem Rest der Spielergemeinschaft abheben. Ob das nun heißt, dass sie fünf Kilometer pro Spiel mehr laufen als alle anderen oder sich ihr Schuss in einem extremen Winkel „abknickt“ ist per se egal. Jedoch wird das zukünftige Angebot an Statistiken dieser Entwicklung und der Fokussierung auf den einzelnen Sportler absolut zuträglich sein.

Rückblickend hat sich die Wahl der leitfadengestützten Experteninterviews als qualitative Forschungsmethode als richtig herausgestellt. Zwar stellte die Transkription der Interviews und die anschließende Überführung in die Extraktionstabellen ein hohes Arbeitspensum und Belastung dar, jedoch war es dadurch erst möglich, grundsätzliche Aussagen über ein Themengebiet zu treffen, welches so in der Forschung noch nicht hinterfragt wurde. Der offene Interviewcharakter hat neue Themengebiete und Aspekte offen gelegt, über die die Journalisten mit ihren praktischen Erfahrungen gerne berichtet haben. Man hat gemerkt, dass es sich um ein Thema handelt, welches in der „Szene“ ebenfalls intensiv diskutiert wird.

Trotz dessen, dass am Ende nur fünf Experteninterviews geführt wurden, hat sich die Wahl der Teilnehmer auf die Ausführlichkeit der Untersuchung sehr positiv ausgewirkt. Durch ihre langjährige Tätigkeit bei den wichtigsten innerdeutschen und regionalen printmedialen Sportredaktionen waren die Interviews sehr informativ. Vor allem die durchweg kritische Selbstreflektion und Betrachtung der eigenen Rolle in dem „Business“ von Seiten der Befragten ermöglichte es erst, so viele verschiedene Themengebiete ansatzweise abzudecken und neue Fragen aufzuwerfen.

Im Laufe der Arbeit hat sich heraus gestellt, dass eine inhaltsanalytische Voruntersuchung von der Nutzung von modernen Statistiken in der Fußballberichterstattung möglicherweise hilfreich gewesen wäre, da man so bei bestimmten Fragen im Interviewleitfaden noch besser hätte eingrenzen beziehungsweise Schwerpunkte setzen können. Außerdem wurde von dem Verfasser überlegt, einen solchen inhaltsanalytischen Ansatz in dem theoretischen Teil der Arbeit zu verfolgen. Jedoch stellte sich das für den Umfang einer Bachelorarbeit, als zu zeitintensiv dar.

Insgesamt hat diese explorative Studie ihren Sinn und Zweck für den Verfasser erfüllt, da eine Vielzahl an Fragestellungen und Hypothesen erarbeitet wurde. Einige der Hypothesen können nun mit einer quantitativen, standardisierten Methode überprüft oder widerlegt werden. Die einfachste Methode wäre eine repräsentative Befragung von Sportjournalisten, welche in der Fußballberichterstattung tätig sind, mittels eines Fragebogens. Andere Hypothesen lassen sich nur mit einer tiefergehenden qualitativen Methode analysieren. Beispielsweise wäre eine Analyse der Fußballberichterstattung

mit Statistiken im Fernsehen sehr interessant, da sie womöglich anders und intensiver stattfindet. Abschließend lässt sich feststellen, dass die Ergebnisse der Arbeit einen kleinen Grundstein in einem umfassenden Themengebiet gelegt haben.

Literaturverzeichnis

Bednarz, Klaus: „Eigentlich ein schöner Beruf“. Kritische Anmerkungen zum Journalismus von heute. In: Menschen machen Medien. Berlin 2001 (Fachbereich 8 Medien, Kunst, Industrie, Hrsg. v. Vereinte Dienstleistungsgewerkschaft [ver.di], Ausgabe 6).

Blödorn, Manfred: Das magische Dreieck: Sport – Fernsehen – Kommerz. In: Neue Medienstrukturen – neue Sportberichterstattung? Hrsg. v. Wolfgang Hoffmann-Riem. Baden-Baden 1988 (Symposien des Hans-Bredow-Instituts, Band 9).

Bölz, Marcus: Fußballjournalismus – Eine medienethnographische Analyse redaktioneller Arbeitsprozesse. Wiesbaden 2013 (zugleich Dissertation Universität Koblenz-Landau 2013).

Deloitte (o. V.): Finanzreport deutscher Profiligen 2013. Auf: www.deloitte.com. 2013. Internet: <http://www2.deloitte.com/de/de/pages/consumer-business/articles/Finanzreport-deutscher-Profisportligen.html>. Zuletzt geprüft am: 27.05.2014.

Deutscher Journalisten-Verband (DJV): Journalist/in werden? Ausbildungswege und Berufschancen im Journalismus. Berlin 2006.

Eberhard, Kurt: Einführung in die Wissenschaftstheorie und Forschungsstatistik für soziale Berufe. 2. Auflage. Darmstadt 1977.

Esch, Franz-Rudolf: Printmedien – Definition. Auf: wirtschaftslexikon.gabler.de. 2014. Internet: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/printmedien.html#definition>. Zuletzt geprüft am: 26.05.2014.

Friedrichsen, Mike/Möllenbeck, Sylvia: Kommerzialisierung des Sports. Zur Medienfinanzierung des Profifußballs. Baden-Württemberg 2002 (Stuttgarter Beiträge zur Medienwirtschaft, Ausgabe 5).

Grundgesetz (o. V.): Artikel 5 Grundgesetz für die Bundesrepublik Deutschland (GG) in der im Bundesgesetzblatt Teil III, Gliederungsnummer 100-1, veröffentlichten bereinigten Fassung, zuletzt geändert durch Gesetz v. 11. Juli 2012 (BGBl. I S. 1478).

Gläser, Jochen/Laudel, Grit: Experteninterviews und Qualitative Inhaltsanalyse – als Instrumente rekonstruierender Untersuchungen. 4. Auflage. Wiesbaden 2010.

Görner, Felix: Vom Außenseiter zum Aufsteiger. Ergebnisse der ersten repräsentativen Befragung von Sportjournalisten in Deutschland. Berlin 1995 (Beiträge des Instituts für Sportpublizistik, Hrsg. v. Josef Hackforth, Band 4).

Häder, Michael: Empirische Sozialforschung: Eine Einführung. 2., überarb. Auflage. Wiesbaden 2010.

Haller, Michael: Das Interview. Ein Handbuch für Journalisten. 4. Auflage. Konstanz 2001.

Hackforth, Josef: Auf dem Weg in die Sportgesellschaft? In: Sport und Sportrezeption. Hrsg. v. Gunnar Roters/Walter Klingler/Maria Gerhards. Baden-Baden 2001 (Forum Medienrezeption, Band 5).

Heimann, Karl-Heinz: Spiegelbild der Gesellschaft. 30 Jahre Bundesliga. In: Verkaufte Faszination – 30 Jahre Bundesliga. Hrsg. v. Klaus Hansen. Essen 1993.

Hellmann, Frank: Die Bundesliga hat ein neues Spielzeug. Auf: www.badische-zeitung.de. 2011. Internet: <http://www.badische-zeitung.de/f-1-bundesliga/die-bundesliga-hat-ein-neues-spielzeug--49708597.html>. Zuletzt geprüft am: 03.07.2014.

Heß, Peter: Im Daten-Dschungel. Auf: www.faz.net. 2011. Internet: <http://www.faz.net/aktuell/sport/fussball/bundesliga/bundesliga-glosse-im-daten-dschungel-11228919.html>. Zuletzt geprüft am: 03.07.2014.

Hopf, Christel: Qualitative Interviews in der Sozialforschung. Ein Überblick. In: Handbuch Qualitative Sozialforschung - Grundlagen, Konzepte, Methoden und Anwendungen. Hrsg. v. Uwe Flick/Ernst v. Kardorff/Heiner Keupp/Lutz v. Rosenstiel/Stephan Wolff. 2. Auflage. Weinheim 1995.

Impire AG (o. V.): Unternehmen. Auf: www.bundesliga-datenbank.de. 2014. Internet: <http://www.bundesliga-datenbank.de/de/aboutus/>. Zuletzt geprüft am: 05.06.2014.

Produkte. Auf: www.bundesliga-datenbank.de. 2014. Internet: <http://www.bundesliga-datenbank.de/de/products/>. Zuletzt geprüft am: 05.06.2014.

Jans, Gunnar: Duckmäuser kommen auf dem Boulevard nicht weit. In: Traumberuf Sportjournalismus. Hrsg. v. Michael Schaffrath. Berlin 2007 (Journalismus: Theorie und Praxis, Band 8).

Kamp, Hanns-Christian: Sport in der Tageszeitung. In: Sportjournalismus. Hrsg. v. Thomas Horky/Thorsten Schauerte/Jürgen Schwier/Deutscher Fachjournalisten-Verband (DFJV). Konstanz 2009 (Praktischer Journalismus, Band 86).

Karle, Roland: Trainer vertrauen Datensammlern. Auf: www.handelsblatt.com. 2009. Internet: <http://www.handelsblatt.com/sport/fussball/nachrichten/fussballanalyse-trainer-vertrauen-datensammlern/3264842.html>. Zuletzt geprüft am: 12.06.2014.

Mast, Claudia: Berufsziel Journalismus: Aufgaben, Anforderungen, Ansprechpartner. 2., überarb. und erw. Auflage. Wiesbaden 2000.

Mersch, Thomas: Bundesliga erringt Top-Platzierung beim Umsatz. Auf: www.handelsblatt.com. 2012. Internet: <http://www.handelsblatt.com/sport/fussball/nachrichten/internationale-rangliste-bundesliga-erringt-top-platzierung-beim-umsatz/6113310.html>. Zuletzt geprüft am: 27.05.2014.

Meuser, Michael/Nagel, Ulrike: Experteninterviews – vielfach erprobt, wenig bedacht. Ein Beitrag zur qualitativen Methodendiskussion. In: Qualitativ-empirische Sozialforschung - Konzepte, Methoden, Analysen. Hrsg. v. Detlef Garz /Klaus Keimer. Wiesbaden 1991.

Ohne Verfasser (o. V.): Spielerdaten bleiben weiter öffentlich. Auf: www.ksta.de. 2011. Internet: <http://www.ksta.de/fussball/glaeserne-fussballer-spielerdaten-bleiben-weiter-oeffentlich,15189340,12062218.html>. Zuletzt geprüft am: 03.07.2014.

Opaschowski, Horst W.: Show, Sponsoren und Spektakel – Breitensport und Zuschauersport. In: Sport und Sportrezeption. Hrsg. v. Gunnar Roters/Walter Klingler/Maria Gerhards. Baden-Baden 2001 (Forum Medienrezeption, Band 5).

Opta Sports (o. V.): Was wir tun. Auf: www.optasports.de. 2014. Internet: <http://www.optasports.de/de/ueber-uns/was-wir-tun/live-performance-data.aspx>. Zuletzt geprüft am: 05.06.2014.

Fakten und Inhalte. Auf: www.optasports.de. 2014. Internet: <http://www.optasports.de/de/produkte/medien/redaktionelle-services/fakten-und-inhalte.aspx>. Zuletzt geprüft am: 05.06.2014.

Opta in Deutschland. Auf: www.optasports.de. 2014. Internet: <http://www.optasports.de/de/ueber-uns/wer-wir-sind/opta-team.aspx>. Zuletzt geprüft am: 05.06.2014.

Statistik-Helpdesk. Auf: www.optasports.de. 2014. Internet: <http://www.optasports.de/de/produkte/medien/redaktionelle-services/statistik-helpdesk.aspx>. Zuletzt geprüft am: 05.06.2014.

Rinne, Horst: Taschenbuch der Statistik. 4., überarb. u. erw. Auflage. Frankfurt 2008.

Riesmeyer, Claudia: Das Leitfadeninterview. Königsweg der qualitativen Journalismusforschung? In: Methoden der Journalismusforschung. Hrsg. v. Jens Vogel-sang/Olaf Jandura/Thorsten Quandt. 1. Auflage. Wiesbaden 2011.

Rockmann, Ulrike/Bömermann, Hartmut: Grundlagen der sportwissenschaftlichen Forschungsmethoden und Statistik. Schorndorf 2006 (Grundlagen der Sportwissen-schaft, Reihen-Hrsg. v. Norbert Olivier u. Ulrike Rockmann, Band 2).

Schaffrath, Michael: Sportjournalismus in Deutschland. In: Mediensport - Ein einfüh-rendes Handbuch. Hrsg. v. Jürgen Schwier. Hohengehren 2002.

Schaffrath, Michael: Wege in den Sportjournalismus – Ausbildungsvarianten, Tätig-keitsfelder und Berufsaussichten. In: Traumberuf Sportjournalismus. Hrsg. v. Michael Schaffrath. Berlin 2007 (Journalismus: Theorie und Praxis, Band 8).

Schauerte, Thorsten: Medien im Berufsalltag von Sportjournalisten – Eine Studie zur Bedeutung und Nutzung medialer Sportangebote bei professionellen Sportkommunika-toren. Köln 2006 (Sport – Medien – Gesellschaft, Hrsg. v. Thorsten Schauerte/Jürgen Schwier/ Marco Danisch, Band 1).

Scholl, Armin: Die Befragung. Sozialwissenschaftliche Methode und kommunikat-i-onswissenschaftliche Anwendung. 1. Auflage. Konstanz 2003.

von La Roche, Walther: Einführung in den praktischen Journalismus. Mit genauer Beschreibung aller Ausbildungswege in Deutschland, Österreich und Schweiz. 18. Auf-lage. Berlin 2008 (Journalistische Praxis, Reihen-Hrsg. v. Gabriele Hooffacker).

Weischenberg, Siegfried: Die Außenseiter der Redaktion. Struktur, Funktion und Be-dingungen des Sportjournalismus. Unveröffentlichte Dissertation an der Universität Bochum 1976.

Werron, Tobias: Die zwei Wirklichkeiten des modernen Sports: Soziologische Thesen zur Sportstatistik. In: Zahlenwerk – Kalkulation, Organisation und Gesellschaft. Hrsg. v. Andrea Mennicken/Hendrik Vollmer. Wiesbaden 2007.

Willimczik, Klaus: Statistik im Sport – Grundlagen – Verfahren – Anwendungen. 4., überarb. Auflage. Hamburg 1999 (Forschungsmethoden in der Sportwissenschaft, Hrsg. v. Klaus Willimczik, Band 1).

Anlagen

Anlage 1: Interviewleitfaden	Seite XIV
Anlage 2: Transkribiertes Interview mit IP I	Seite XVI
Anlage 3: Transkribiertes Interview mit IP II	Seite XXIV
Anlage 4: Transkribiertes Interview mit IP III	Seite XXXI
Anlage 5: Transkribiertes Interview mit IP IV	Seite XXXVII
Anlage 6: Transkribiertes Interview mit IP V	Seite XLIV
Anlage 7: Extraktionstabellen	Seite XLIX

Anlage 1: Interviewleitfaden**Vorüberlegungen:**

- **Ziel der Bachelorarbeit/Untersuchung:**

Der Verfasser möchte mit den Interviews herausfinden, wie die Arbeit mit Statistiken von Sportjournalisten konkret aussieht und welche Rolle sie für die Berichterstattung spielt. Es soll dabei ebenfalls untersucht werden, welche Entwicklungstendenzen und Zukunftsperspektive dieser Teilbereich der Arbeit der Journalisten aufweist.

- **Experteninterviews:**

Jedem der fünf Interviews kommt eine wichtige Rolle zu. Da es sich um eine qualitative Forschungsmethode handelt, müssen die Interviews eine Offenheit, Detailliertheit und persönliche Einschätzungen und Sichtweisen der Journalisten garantieren.

- **Aufklärung über die Anonymisierung:**

Der Name des Interviewpartners, alle Namen & Institutionen (außer Quellen, da diese eine Rolle für die Untersuchung spielen) werden im Transkript anonymisiert. Außerdem werden die Aussagen des Interviewpartners ausschließlich für die Bachelorarbeit verwendet.

- **Tonbandaufzeichnung:**

Vor Beginn der Interviews werden die Interviewpartner darüber informiert, dass eine Tonbandaufzeichnung wichtig für die Transkription ist. Nach Einverständnis der Interviewpartner wird eine Tonbandaufzeichnung durchgeführt.

Einstiegsfrage: Was war die letzte Statistik, mit der Sie für einen Text gearbeitet haben?

1. Themenblock – generelle Entwicklung und IST-Zustand

- Nutzen Sie Statistiken? Wie oft? Wofür?
- Von wem erhalten Sie statistische Daten? Von welcher Firma/Agentur?
- Haben Sie ein Gefühl dafür, wie diese Statistiken entstehen? Wie werden sie erstellt? Sind sie wahr und richtig?

- Welche Art von Statistiken nutzen sie? Am meisten?
 - Nutzen Sie Statistiken textgebunden oder freistehend? Wieso?
 - Sehen Sie generelle aktuelle Entwicklungen/Tendenzen/Veränderungen in diesem Gebiet?
-

2. Themenblock - Einfluss und Rolle

- Für was spielen Statistiken konkret eine Rolle/Wichtigkeit?
 - Was haben Statistiken für Vor- und Nachteile? Was ist positiv, was ist negativ daran?
 - Gibt es Probleme/Gefahren bei der Nutzung?
 - Welche Bedeutung haben Statistiken für 1. für Journalisten und Medien, 2. für Trainer, 3. für Spieler? Was glauben Sie?
 - Werden Statistiken zutreffend genutzt/abgebildet?
 - Werden Statistiken eher genutzt um positiv/negativ zu berichten?
-

3. Themenblock - Zukunftsperspektive

- Geht Berichterstattung zukünftig ohne Statistiken?
- Nehmen Statistiken eher ab/zu? Wird es mehr/weniger? Welche Rolle nimmt es ein?
- Gibt es Bereiche, wo noch zu wenig/zu viele Statistiken geliefert werden?
- Sehen Sie generelle zukünftige Entwicklungen/Tendenzen in diesem Gebiet?

Ausstiegsfrage: Wurden Ihrer Meinung wichtige Aspekte der Thematik ausgelassen? Oder vernachlässigt? Möchten Sie noch etwas hinzufügen?

Vielen Dank, dass Sie sich für das Interview Zeit genommen haben.

Anlage 2: Transkribiertes Interview mit IP I**Interview mit IP I // Dienstag, 20.05.2014 // 15:03 Uhr**

Interviewer (I): Gut, dann fangen wir mal an. Zum Einstieg: Können Sie sich noch
5 erinnern? Was war die letzte Statistik mit der Sie für einen Artikel gearbeitet haben?

Befragter (B): Da muss ich erstmal überlegen... Ich weiß, dass wir jetzt zum Saisonabschluss ein paar statistische Daten und Auffälligkeiten zusammengetragen haben. Ich hab in dieser Saison gemerkt, dass ich relativ viel mit Statistiken gearbeitet habe. Zum Beispiel: Zweikampfverhalten, Zweikampfquote, Passgenauigkeit, Laufwege und Kilometerauflistung hab ich mir angeguckt und da dann möglicherweise was zu geschrieben. Mit diesen Parametern, die so ein bisschen neuer in die Auswertung in den letzten Jahren gekommen sind, habe ich so gefühlt in dieser Saison mehr mit gearbeitet, als früher Mal. Die klassischen Statistiken waren ja Tore, Einsätze, Gelbe Karten oder Vorlagen und so und das wird ja gefühlt immer krasser und abgefahrener, was die Details
10 15 angeht, die man vor einem Spiel versucht zu erfassen.

I: Das stimmt, diese Entwicklung deckt sich mit dem, was ich bisher herausgefunden habe. Früher gab es nur ganz einfache Statistiken...

B: (unterbricht) Ja.

I: Haben Sie ein Gefühl dafür, seit wann es diese Datenflut im Fußball gibt?

20 B: Gute Frage. Das ist jetzt ein gefühlter Wert. Ich finde seit vier, fünf Jahren wird es immer mehr. Ein so ein Einschnitt, dass müsstest du aber auch nochmal nachgucken, dass die *[Zeitung I]* glaub ich als ein so ein Leitmedium, wenn es um die Bundesliga geht, diese Laufwege erfasst hat. Auch über OPTA und diese ganzen Unternehmen, die durch solche Daten ihr Geld verdienen. Diese Spiele aufdröseln, analysieren und
25 aufzeichnen bis ins Letzte. Da kann ich mich daran erinnern und das war so ein Einschnitt als die *[Zeitung I]* nach einem Bundesligaspieltag die Geschichte gemacht hat: *[Spieler I]* ist der lauffaulste Spieler der Bundesliga. Das war an diesem Spieltag wohl der geringste Wert und dann haben die sich das als Boulevardzeitung so hergenommen. Das war so ein Punkt wo ich gedacht habe: Wow, jetzt wird es doch noch ein
30 Stück kleinteiliger. Davor war so eine Stufe, wo Eckbälle gezählt wurden oder der Ballbesitz dargestellt wurde. Da hab ich so ein bisschen das Gefühl, dass war diese Premiere/Sky-Zeit mit dem Pay TV. Gefühlt spielen diese Sender auch eine Rolle in der Entwicklung. Die haben einfach versucht aus diesem Produkt Profifußball, 90 Minuten, so viel an Daten und Diskussionsstoff rauszupressen. Es ging los mit Ballbesitz und so
35 und jetzt haben wir Wärmekameras, die anzeigen, wo sich ein Spieler aufhält. Das ist

dann so jetzt die letzte Generation der Entwicklung, der letzte Sprung. Ich bin ein Stück weit schon gespannt darauf, was als nächstes noch so gemessen wird.

40 **I: (lacht) Genau zu diesem Thema werde ich Sie im weiteren Gesprächsverlauf noch befragen. Ganz kurz nochmal zu den Statistiken. Von wem erhaltet ihr statistische Daten? Von einer Firma oder recherchiert ihr selbst?**

B: Genau, wir recherchieren selbst. Da findet sich viel im Internet und da die diversen Quellen. IMPIRE stellt einen gewissen Satz an Informationen zur Verfügung...

I: (unterbricht) Kostenlos?

45 B: Genau, kostenlos. Dann gibt es noch ein paar Daten von OPTA, die man nach Spielende von *[Verein I]* bekommt, die von OPTA stammen. Außerdem ist der KICKER für mich noch eine Quelle. Die stellen ja während ihres Live-Tickers, wenn man da Spieler zum Beispiel anklickt, auch Daten zur Verfügung. Also ich bediene mich da und meine Kollegen machen es wohl ähnlich an diesen frei verfügbaren Quellen.

I: Also ihr kauft gar keine Daten ein?

50 B: Genau, dass machen wir nicht. Das ist einfach letztlich eine Kostenfrage.

I: Okay. Sie haben ja schon ein bisschen angedeutet, dass Sie wissen, wie einige moderne Statistiken entstehen. Wissen Sie denn auch konkret, wie diese ganzen Daten entstehen?

55 B: Also ich weiß gar nicht mehr genau, aber ich hab genau dazu mal mit einem gesprochen. Auch über den Sinn und Unsinn dieser Daten. Und der hat mir letztlich erklärt, wie das aussieht. Um es platt auszudrücken sind das Gruppen, keine Ahnung studentische Gruppen und Leute, die Strichliste führen. Die dann live oder im Nachgang gucken, wie oft beispielsweise *[Spieler I]* Pässe gespielt hat. Also wird das quasi via Handarbeit hergestellt. Ich weiß nicht, wie das ansonsten technisch abläuft, ob so
60 ein Spiel automatisch auch am Fernseher analysiert werden kann. Also derjenige, mit dem ich damals darüber gesprochen habe, ich glaube es war sogar *[Trainer I]* von *[Verein I]*, der hat gesagt: „Klar, diese Statistiken ignorieren wir nicht aber man darf die auch nicht zu hoch hängen, weil man nicht weiß, wie derjenige, der diese Statistiken erstellt, verschiedene Aktionen bewertet.“ Geht der Spieler jetzt in den Zweikampf oder
65 hat er ihn nur gestellt? Hat er, wenn er den Ball nicht wegnimmt, automatisch den Zweikampf verloren? Was ist eigentlich ein gewonnener Zweikampf? Und da haben Trainer und Fans glaub ich manchmal einen ganz anderen Blickwinkel auf die Dinge.

I: Also glauben Sie eher, diese Statistiken entstehen aufgrund von subjektiven Eindrücken?

- 70 B: Ja, also das ist so das, wie es mir vermittelt worden ist von einer sagen wir mal kritischen Sicht auf diese ganze Datenflut. Also, dass es sehr wohl einen hohen subjektiven Einfluss auch hat. Dieser angebliche Anspruch: Die Zahlen sind unbestechlich und liefern quasi einen objektiven Blick auf die Dinge... Der ist wohl nicht ganz haltbar.

- 75 **I: Okay. Was bedeutet das dann für die Nutzung der Daten? Sie denken sich schon im Hinterkopf, ob sie wahr sind oder richtig, aber werden trotzdem genutzt. Sagen Sie sich dann, das wird schon irgendwo seinen Gehalt haben? Ich meine, die Daten werden ja trotzdem abgebildet.**

- 80 B: Ja, genau. Die werden schon irgendwo ihren Gehalt haben. Ich benutzte das auch ein bisschen mit Vorsicht. Interessant wird es dann ja auch wenn man während eines Spiels die verschiedenen Daten von verschiedenen Medien nimmt und ein Spieler hat überall verschiedene Werte. Wer hat da jetzt richtig gezählt? Für mich zählt dann am Ende, dass er der beste Zweikämpfer war. Ob er nun 68 oder 75 Prozent seiner Zweikämpfe gewonnen hat, dass würde ich nicht so groß rausstreichen. Es liefert mir eine grobe Orientierung, die dann den persönlichen Eindruck stützt. Aber ich würde nie so
85 weit gehen anhand so einer Statistik... [*Spieler II*] war völlig neben der Rolle, weil er hat alle Zweikämpfe verloren oder dann eine Schlussfolgerung zu ziehen: [*Spieler I*] ist der lauffaulste Spieler der Bundesliga. Es gibt eine Orientierung, ist aber kein absoluter Wert, dem ich alles unterordne.

- 90 **I: Also eher getreu dem Motto: Statistik ist unterstützend, anstatt themensetzend?**

B: Ja, genau.

I: Okay, gut. Gibt es denn eine Art von Statistik, die Sie am meisten nutzen beziehungsweise die am beliebtesten ist? Sind es eher Laufdaten oder so klassische Statistiken wie Tabellen?

- 95 B: Also, ich finde Tabellen müssen immer gehen. Früher war für mich immer wichtig wie viele Spiele, Tore und Vorlagen hat ein Spieler gemacht. Das waren für mich die Kernelemente einer Statistik, gerade am Saisonende. Jetzt machen wir es ja auch zu jedem Spieltag, dass wir diese Daten zu jedem Spieler vorher aktualisieren. Mit diesem Klassiker bin ich groß geworden und das was jetzt so dazu kommt... also ich merke
100 schon selbst das es immer mehr Einfluss nimmt, aber ich weiß nicht, ob man es manchmal auch zu weit damit treibt. Diese ewigen Diskussionen mit Ballbesitz... was sagt das über das Spiel aus? Ich glaube vor drei Jahren gab es ein Spiel, da hat [*Verein II*] gegen [*Verein III*] gespielt und [*Verein II*] hatte fast 80 Prozent Ballbesitz und

105 trotzdem gewinnt [Verein III] mit 1:0. Und dann überlegst du dir, was willst du mit so
einer absoluten Zahl anfangen? Weil das sagt längst nicht alles über die Qualität des
Ballbesitzes aus. Und das sagen Spieler dann ja auch oft, wenn man sie mit Werten
konfrontiert: Ich bin zwar nur acht Kilometer gelaufen, aber ich bin immer die richtigen
Wege gelaufen. Und wenn man immer die falschen Laufwege nimmt, macht man ja
110 auch automatisch mehr Meter. Also das ist auch nicht immer ganz ungefährlich mit
diesen Zahlen zu operieren.

**I: Können Sie vielleicht sogar genau sagen, was diese modernen Statistiken für
Vor- und für Nachteile haben? Was ist daran gut, was ist schlecht?**

115 B: Also ich finde gut, dass man für gewisse Kategorien wie das Passspiel, Laufwege,
Zweikampfverhalten, also das was das Spiel ausmacht, dass es dafür Anhaltspunkte
gibt. Das finde ich gut. Weil wir geben ja auch Noten für die Spieler geben und dann
muss man ja theoretisch elf Spieler einer Mannschaft im Blick haben. Dann schreibt
man ein paar Sätze zu demjenigen und wenn es dann Werte gibt, die den eigenen
Eindruck entweder korrigieren oder unterstützen, dann ist das so eine Hilfe. Gerade
120 wenn es um die Notengebung und die individuelle Notengebung von Spielern geht,
helfen mir die Werte schon.

**I: Also, Sie haben es schon so ein bisschen angedeutet. Die Gefahr ist immer da,
dass man diese Statistiken zu wichtig nimmt. Richtig?**

B: Ja, genau.

125 **I: Okay, gut. Ich würde gerne einmal von Ihnen wissen, was Sie glauben, welche
Bedeutungen Statistiken a) für Journalisten und Medien, b) für einen Trainer und
c) für Spieler haben?**

130 B: Also, ich glaube für uns Journalisten sind Statistiken total wichtig. Da gibt es natür-
lich Unterschiede von Medium zu Medium. Also vom Gefühl her: Das Fernsehen
braucht es ungemein, für das Internet ist das auch so eine ziemlich wichtige Sache. Im
Print ist es so ein bisschen flankierend und unterstützend. Aber für das Fernsehen und
das Internet ist es noch wichtiger, ist zu mindestens mein Eindruck, weil die aus diesen
Werten gleich Futter ziehen, um anschließend eine Diskussion zu führen. Bei [Sen-
dung I], beim [Sendung II] oder beim Topspiel am Samstagabend – das die dann gleich
auch mit diesen Werten arbeiten. Deswegen brauchen die es glaub ich auch zwingen-
135 der als wir.

Trainer sagen: „Ja, das nehmen wir auch zur Kenntnis“, aber sie benutzen es eher als
ein zusätzliches Tool. Also in der Bewertung eines Spielers ist das ein Tool, eine Sa-
che, die mit in die Bewertung einfließt. Das ist nicht alles. Es gibt den persönlichen
Eindruck, Videoaufzeichnungen und persönliche objektive Daten. Also bei Trainer ist

- 140 das nicht so entscheidend, dass die von statistischen Daten ihre Aufstellung oder Taktik-Entscheidung abgängig machen würden.

- Und bei Spielern, weiß ich das gar nicht so. Ich hab noch nie mit einem Spieler wirklich dezidiert darüber gesprochen. Das ist eigentlich gar keine so schlechte Idee für eine Geschichte. Na klar sagt man mal einem Spieler: „Du warst heute der beste Zweikämpfer.“ Aber dann steht das meistens unkommentiert im Raum.
- 145

I: Da Sie schon gezeigt haben, dass Sie viele andere Medien auch lesen und da Ahnung haben. Werden ihrer Meinung nach Statistiken zutreffend abgebildet?

- B: Also, ich glaube im Großen und Ganzen werden die schon vernünftig eingesetzt. Man kann immer darüber diskutieren, ob man die eine oder andere Statistik wirklich
- 150 braucht. Aber Zahlenspiele und Statistiken gehören im Sport einfach absolut dazu. Ich glaube, da sind die Amerikaner ein Stück weit noch verrückter. Ich bin selber begeisterter NBA-Fan und da gibt es ja inzwischen Kategorien, dass ist ja irre. Da geht es längst nicht mehr um Punkte, sondern wie viele Körbe die eigene Mannschaft kassiert, wenn ich auf der Bank sitze. Das ist irre, wie man versucht dieses Spiel auseinander zu divi-
- 155 dieren. Das ist im Fußball Gott sei Dank nicht ganz so schlimm, aber trotzdem spielt das eine absolute Rolle. Das ist ein zusätzliches Angebot an den Leser und ich finde man darf es nicht übertreiben oder Schlüsse ziehen, die dann so absolut dargestellt werden, wie es dann der Boulevard vielleicht manchmal macht. Also das ist dann unfair, wenn ein Torwart als „Fliegenfänger“ der Liga dargestellt wird, weil er nur fünf un-
- 160 haltbare gehalten hat und ein Platz vor ihm, der hat acht unhaltbare gehalten. Da frag ich mich: Was ist ein unhaltbarer Schuss, wer legt das fest? Hat der, der gezählt hat schon mal im Tor gestanden um das zu bewerten? Oder kam der andere vielleicht gar nicht in solch eine Situation? Also das darf alles nicht zu kurz kommen, kommt es aber manchmal. Und das ist dann je nach Medium und Temperament... Je größer die
- 165 Schlagzeile, desto schneller werden die Statistiken dann auch ausgeschlachtet.

I: Glauben Sie denn solche Statistiken werden eher benutzt, um etwas positiv oder eher negativ darzustellen beziehungsweise damit eine Schlagzeile zu machen? Gibt es da eine konkrete Tendenz?

- B: Nein, ich glaube sowohl als auch. Also wir Journalisten neigen dazu eine Geschichte zu machen, wenn irgendetwas richtig geil ist oder du machst die Geschichte weil etwas richtig schief läuft. Mittelmaß interessiert ja keinen. Im Prinzip sind es die extremen Statistiken. Es sei denn und das machst du nur vielleicht einmal die Saison: [Verein I] ist die graue Maus der Liga und im puren Mittelmaß angekommen. Und dann guckst du die Statistiken an und belegst das anhand dessen, dass sie überall auf Platz
- 170 neun, zehn, elf stehen. Aber spannend und spaßig wird es erst dann, wenn du die Ausschläge nach oben oder unten hast. Und so werden sie, finde ich, auch eingesetzt.

I: Kommen wir zum letzten thematischen Bereich: Der Zukunftsperspektive. Die Einstiegsfrage: Was glauben Sie? Funktioniert Berichterstattung eigentlich noch ohne Statistiken?

- 180 B: Nein, glaube ich nicht. Weil gerade auch bei Leitmedien wie dem Fernsehen Statis-
tiken bei einer Spielübertragung zu einer Grundausstattung dazu gehören und wenn
wir dann als Zeitung kommen, kann man das nicht ganz ausblenden. Deswegen wer-
den wir da immer weiter mit arbeiten. Und die klassische Statistik ist eben die Tabelle
und die brauchst du immer. Darum geht es im Sport, dass du es am Ende eben auch
185 messen kannst. Es wird auf keinen Fall einen Trend geben, dass man von Statistiken
weg kommt. Ganz im Gegenteil, ich glaube das es noch viel abgefahrener wird.

I: Also nimmt die Datenflut noch zu? Oder wie Sie es am Beispiel NBA gesagt haben: Wird der Sport noch mehr „amerikanisiert“?

- 190 B: Ja, absolut. Ich kann dir jetzt nicht so ad hoc sagen welche Statistiken als nächstes
erfunden werden, da fehlt mir die Fantasie, aber man hat immer eine Grundannahme
und dann dreht man es immer weiter. Ich glaube, auch gerade weil der Fußball die
Tendenz hat wissenschaftlicher zu werden und zu sein, mit den ganzen Trainern, Phy-
siotherapeuten und Analysten, die um eine Fußballmannschaft im Einsatz sind, habe
ich ein bisschen den Eindruck, dass man immer mehr Wissenschaft in dieses Spiel
195 holt. Und da gehören automatisch Zahlen dazu. Das Eckenverhältnis ist irgendwann
die langweiligste Statistik der Welt. Da finde ich es im Fußball aber geil, dass man es
trotzdem nicht schafft, dieses Spiel „aus zu analysieren“, weil eben am Ende doch der
Ball an den Pfosten geht oder weil der zweikampfstärkste Verteidiger den entschei-
denden Zweikampf im WM-Finale verliert. Die Wahrheit ist auf dem Platz. Der Spruch
200 ist genauso platt, wie er auch wahr ist.

I: Nochmal eben zu dieser interessanten Tendenz mit der Wissenschaftlichkeit, die Sie beim Fußball festgestellt haben: Was meinen Sie, wieso ist das so? Um das Risiko zu minimieren?

- 205 B: Genau, genau. Das man immer mehr versucht, dieses Spiel was an sich so schwer
zu kalkulieren ist, weil man abhängig ist was 22 Spieler und Schiedsrichter machen
und entscheiden, dass du da immer mehr versuchst Fehlerquellen und diesen Faktor
„Unberechenbarkeit“ so klein wie möglich zu halten. Das wird nie in Gänze gehen. Wa-
rum das insgesamt so ist, ist weil im Fußball so viel Geld eine Rolle spielt, so große
Summen bewegt werden, Clubs die im Prinzip Wirtschaftsunternehmen sind einfach
210 sagen: Es geht hier um Millionen und da müssen wir alle Möglichkeiten ausschöpfen,
dass es nicht darauf ankommt, ob der Mittelstürmer schlecht geschlafen hat oder nicht,
sondern wir sind auf alles vorbereitet. Ich glaube mit diesen Spielstatistiken, wie wir sie
nutzen ist es im Scouting genauso. Wenn [Manager I] uns erzählt, wie er mit seinem
System bis auf das kleinste analysieren kann wie viele Pässe ein Spieler mit rechts
215 und links spielt... Die Geschichten, die man sonst so kennt von vor 20, 30 Jahren... Da

ist ein Scout zum Platz gegangen, hat sich ein Spiel angeschaut und dann gesagt, der Spieler ist gut oder nicht. Das ist ja heutzutage unvorstellbar. Heutzutage hast du die Spieler ins Kleinste zerlegt, weil die Vereine hoffen, dass man die Gefahr eines „Flops“ so minimiert. Das interessante dabei ist ja, dass tut es ja nicht. Gibt ja auch genügend Beispiele in der Bundesliga. Einen *[Spieler II]* hat vor der Saison bestimmt keiner auf der Rechnung gehabt, dann holst du einen *[Spieler III]* aus *[Land I]* für sechs Millionen und der „floppt“ gnadenlos. Ist eigentlich ein krasser Widerspruch zu dem hochprofessionellen Anspruch, die die Clubs haben. Es ist sowieso krass, wie viele beispielsweise in der Administration in einem Club arbeiten oder wie viele Direktionen es gibt und trotzdem holst du mal einen der überrascht positiv und einen der „floppt“. Das ist dann letztlich doch irgendwie nicht zu erklären.

I: Ja, das stimmt. Abschließend zur Zukunftsperspektive. Gibt es denn generell, auch wenn Sie es schon angedeutet haben, noch Bereiche da gibt es zu viele Daten oder in anderen zu wenig? Was kann da noch passieren?

B: Also, ich glaube in Zukunft wird man die einzelnen Spieler noch weiter ausleuchten bis ins letzte Detail. Ich glaube Ballbesitz pro Mannschaft und so wird in Zukunft gar nicht mehr so interessant sein, sondern wirklich einzelne Spieler zu stilisieren. Du hast Superstars wie *[Spieler IV]*, *[Spieler V]*, *[Spieler VI]* – diese Fokussierung auf einzelne Spieler weltweit, aber auch in der Bundesliga wird in der Zukunft noch mehr ausgeleuchtet. Ich hab das Gefühl dieses Business, wie sich das ganze Geschäft entwickelt, das ist so sehr auf Namen zugespitzt und fokussiert. Gerade wenn du guckst womit du im Internet „Clicks“ generierst und erzielst. Klar gab es früher genauso Superstars wie *[Spieler VII]*, aber dadurch dass die Welt durch das Internet immer mehr zusammenrückt, hast du inzwischen keine Superstars mehr, sondern „Supersupersuperstars“. Also die ultimativen Superstars, die völlig überhöht werden. Die werden doch schon in Werbungen wie Superhelden und Maschinen dargestellt. Das ist völlig krass. Und ich glaube, dass sich da einzelne Medien andocken werden. Selbst, wer bei einem Medium wie Twitter der „Twitterkönig“ ist, wird doch heutzutage auch schon berichtet. Es wird alles gemessen und noch krasser werden.

I: Das deckt sich mit meinem Gefühl. Ein einzelner Spieler wird immer mehr Follower haben als ein Verein...

B: (unterbricht) Ja, das merkst du doch auch jetzt schon in der Berichterstattung. Du hast so ein paar Köpfe. Dann hast du pro Saison die 700. *[Trainer II]* oder *[Spieler IV]* - Geschichte und es wird diskutiert was mit dem ist, wechseln sie oder nicht und das geht so wochenlang. Ich meine, da passiert so viel in der Mannschaft, aber es geht immer nur um den einen Spieler und das ist dann schon sehr krass. Das ist wahrscheinlich auch stückweit ein Zeichen der Zeit.

255

I: Eine letzte Frage muss ich Ihnen noch stellen: Wurden wichtige Aspekte der Thematik ausgelassen oder vernachlässigt? Möchten Sie noch etwas hinzufügen?

B: Nein, ich glaube wir haben vieles gemacht. Ich wüsste nicht, was man noch hinzufügen kann.

I: Dann danke ich Ihnen nochmals für die Bereitschaft und das Interview.

Anlage 3: Transkribiertes Interview mit IP II**Interview mit IP II // Dienstag, 27.05.2014 // 13:01 Uhr****Interviewer (I): Also, meine Einstiegsfrage an Sie ist: Was war die letzte Statistik mit der Sie gearbeitet haben?**

- 5 Befragter (B): Die letzte Statistik... Ich komme gerade aus zwei Wochen Urlaub, da muss ich erstmal überlegen. Ich glaube die letzte Statistik war... also mit Tabellenkonstellationen wie in der Bundesliga oder hier mit Heimatvereinen arbeitet man ja immer mit. Aber das meinst du ja sicherlich nicht. Ich würde sagen das Letzte war sowas wie die Einzelkritik, der Ballbesitz der Mannschaft, der einzelnen Spieler, wie viel sie gelau-
- 10 fen sind, wie ihr Zweikampfverhalten... um das eigene Bild, was ich mir auf dem Platz gemacht habe nochmal zu verstärken oder zu gucken ob ich überhaupt den richtigen Eindruck hatte. Man muss da allerdings immer sehr vorsichtig sein, mit den Daten.

I: Okay, also Sie nutzen generell Statistiken. Was meinen Sie, wie oft nutzen Sie diese Statistiken am Tag? Wofür und welche Rolle spielt das?

- 15 B: Du müsstest dann die Tabelle ausklammern. Das ist ja keine richtige Statistik. Tabellen nutzt man ja ständig, um zu gucken wer ist Erster, Zweiter und Dritter. Wenn du das meinst, dann kann ich wirklich sagen ständig und täglich. Wenn es um spezielle Statistiken geht, wie über einzelne Spieler, dann würde ich sagen einmal die Woche.

- I: Einmal die Woche, okay. Und dann nutzen Sie die Statistiken, um sie graphisch darzustellen oder in den Text zu integrieren?**
- 20

B: Ich integriere die in den Text.

I: Okay. Und woher bekommen Sie diese Statistiken? Beahlt ihr ein Unternehmen dafür oder recherchieren Sie selber?

- B: Ich nutze das über BUNDESLIGA.DE und BILD.DE, die das ja anbieten zu jedem Spiel. Teilweise ja sogar live zu jedem Spiel und Spieler. Und wir arbeiten auch mit IMPIRE zusammen. Dass allerdings nicht wöchentlich, sondern nur am Ende der Hinrunde und am Ende der Saison. Das haben wir jetzt auch wieder gemacht. Dann kriegen wir von allen [Verein I]-Spielern die kompletten Daten, die wir brauchen.
- 25

- I: Aber bei BUNDESLIGA.DE und BILD.DE sind das doch freie Zugänge oder meldet ihr euch kostenpflichtig irgendwo an?**
- 30

B: Nein, die sind frei zugänglich und da darf man dann auch mal reingucken und daraus zitieren.

I: Und warum macht ihr sowas wie mit IMPIRE nicht ständig, sondern nur zum Ende der Halbserien?

35 B: Weil das zu teuer ist.

I: Zu teuer, okay...

B: (unterbricht) Ja, das kostet unglaublich viel Geld und das können wir uns als Tageszeitung nicht leisten.

40 **I: Wenn wir jetzt gerade ein bisschen über die moderne Ausprägung von Statistiken reden wie Laufwerte, Zweikampfverhalten et cetera. Haben Sie ein Gefühl dafür, wie sie hergestellt werden, wie sie entstehen?**

45 B: Ja, es gibt da ja unterschiedliche Ansätze wie das gemacht wird. Es gibt ja einmal diejenigen, die das von dem Fernseher ausmachen. Ich weiß gar nicht, ich glaub OPTA macht das vom Fernseher aus und IMPIRE aus dem Stadion, wo sie dann Studenten sitzen haben, die alles eingeben oder halt diese Systeme, wo das mit Spezialkameras aufgenommen wird und wo man dann Sachen wie Laufwege messen kann.

I: Okay, ich merke schon, Sie haben da ein gewisses Vorwissen. Also würden Sie dann eher sagen diese Statistiken entstehen auf objektiver oder subjektiver Basis?

50 B: Ja, da unterscheiden sich halt die Geister, deswegen würde ich eher sagen sie sind sehr subjektiv. Es kommt halt drauf an: Wenn du es vom Fernseher aus machst, ist das halt auch gefährlich. Ob derjenige das auch immer richtig sieht? Die Perspektive kann ja schon täuschen. Oder halt auch andererseits im Stadion, wo einer einen „Klick“ macht für Ballbesitz... der kann auch halt mal was übersehen. Oder wann ist denn ein
55 Zweikampf gewonnen und was ist überhaupt ein Zweikampf? Also das bietet sehr viel Raum für Interpretation und Diskussion, deswegen muss man damit sehr vorsichtig sein.

I: Okay, gut. Sehen Sie denn da aktuelle Entwicklungen was am meisten bereitgestellt wird? Oder was wird am meisten genutzt?

60 B: Also, was wir am meisten nutzen ist natürlich die Laufstrecke. Die finde ich immer sehr interessant. Wobei eine große Laufstrecke nicht immer eine gute Leistung bedeu-

tet. Das kann auch mal genau das Gegenteil beweisen. Zweikampfverhalten finde ich immer sehr interessant und natürlich auch Ballsicherheit, Passgenauigkeit und so.

I: Und für eure Berichterstattung: Wofür spielen Statistiken konkret eine Rolle?

- 65 B: Hauptsächlich für die Einzelkritik. Weil wir die Einzelkritik nicht nur in Noten machen, sondern auch in Textform und das ist das natürlich eine gute Möglichkeit dem Leser Zusatzinformationen zu bieten... und natürlich die eigene Note, die man gibt, zusätzlich zu unterstreichen. Ab und zu, das ist aber selten, nutzen wir solche Statistiken für Geschichten. Da kaufen wir bei IMPIRE auch nochmal was ein. Wenn wir zum Beispiel
- 70 eine Torwart-Geschichte machen und wollen schauen wie gut ist denn der Torwart von [Verein I]? Dann gibt es da die Statistik „abgewehrte Bälle“. Das ist natürlich nicht das Nonplusultra und zeigt, dass er der beste Torhüter ist, aber das lockert so eine Geschichte natürlich auf, wenn man da nochmal Zahlenwerk liefern kann.

75 **I: Gut. Was haben denn gerade solche modernen Statistiken für Vor- und Nachteile?**

- B: Naja, der Vorteil ist man kann wirklich mal sehen wie viele Zweikämpfe hat der geführt und er hat acht gewonnen und nur zwei verloren. Das ist natürlich schon eine tolle Zahl. Oder er hat gar keinen verloren und dann sagt man: „Mensch, das ist mir gar nicht so bewusst gewesen.“ Das ist das Positive. Das Negative ist, dass das manchmal
- 80 überhaupt nicht überein passt, dieser Eindruck, und daran sieht man halt auch wie zweifelhaft das ist. Wenn du die Zweikämpfe nimmst: Er hat vielleicht sechs verloren und nur sieben gewonnen, das ist ja für einen Innenverteidiger schlecht, aber wenn er die entscheidenden sechs gewonnen hat, kein Gegentor zugelassen, dann ist das doch eine super Leistung. Und dann passt die Statistik doch gar nicht zu seiner Leistung.
- 85 Da muss man immer sehr, sehr vorsichtig sein. Die Qualität der Zweikämpfe ist halt immer sehr, sehr unterschiedlich. Wenn ich zwei entscheidende Zweikämpfe verliere hilft mir auch keine Quote von 90 Prozent gewonnenen Zweikämpfen.

90 **I: Okay gut, super. Jetzt würde ich gerne von Ihnen erfahren: Welche Bedeutung haben Statistiken a) für Journalisten und Medien, b) für einen Trainer und c) für Spieler?**

B: Ach, für alle drei sehr hoch. Also Journalisten gucken sich das an, um natürlich ihre Meinung zu bestätigen oder sich überzeugen zu lassen, dass man vielleicht doch falsch gelegen hat und dann nochmal neu zu überdenken und zu diskutieren.

- 95 Trainer nutzen das auf jeden Fall. Sicherlich noch vorsichtiger, das ist bestimmt von Trainer zu Trainer unterschiedlich. Die haben noch viel detailliertere Daten. Das habe ich mir mal von einem Trainer erklären lassen, die absoluten Zahlen sind für sie gar nicht so wichtig. Die gucken eher wie viele Sprints hat ein Spieler gemacht, in welchem

Bereich, wie schnell konnte er sein... Also auf diese nackten Zweikampfdaten gucken die gar nicht so sehr, eher auf andere Daten als wir das tun.

100 **I: Und für Spieler?**

B: Ach, die Spieler sind glaub' ich ganz stolz wenn sie gute Werte haben. Gerade die Werte, die in der Öffentlichkeit wahrgenommen werden sind für die Profis schon ganz gut. Also, es gibt nichts Schlimmeres für einen Profi wenn am nächsten Tag in der Zeitung steht: Der ist nur fünf Kilometer gelaufen und hat sich am wenigsten bewegt. Weil
105 dann sind sie angreifbar und das wollen sie natürlich nicht.

I: Okay, gut. Wenn Sie jetzt mal die Medienlandschaft beurteilen müsstes: Werden Statistiken Ihrer Meinung nach zutreffend genutzt und abgebildet?

B: (überlegt) Doch, ich glaub schon. Vielmehr kann man da – also so viel wird das ja gar nicht genutzt. Wer es extrem macht ist die *[Zeitschrift I]*, die sehr viel Statistik drin
110 hat. Der *[Zeitschrift II]* macht das noch ein bisschen. Die Tageszeitungen gehen da doch eher... ich find es ausreichend so. Man sollte Statistiken auch nicht überbewerten.

**I: Okay, gut. Und glaubst du wenn Statistiken genutzt werden... Werden sie eher genutzt um was Positives oder Negatives darzustellen? Oder kann man das gar
115 nicht so sagen?**

B: Ich glaube es ist ein bisschen mehr um das Negative zu zeigen. Aber nur ein bisschen. Ich glaube, wenn man was Positives hat kann man das auch machen, aber man ist ja sowieso eher geneigt das Negative rauszusuchen. Das ist ja leider so und da können wir Journalisten uns auch nicht von frei sprechen.

120 **I: Dann kommen wir schon zum letzten Teil meiner Umfrage. Ihrer Meinung nach: Geht Sportberichterstattung zukünftig ohne Statistiken?**

B: (überlegt) Natürlich geht Berichterstattung auch ohne Statistiken. Man braucht sie nicht. Aber sie sind sehr interessant und sehr unterstützend und ich würde ungern auf Statistiken verzichten.

125 **I: (unterbricht) Aber man braucht sie nicht unbedingt?**

B: Nein, ich glaube man braucht sie nicht unbedingt. Man hat ja am Ende ein Ergebnis, dass reicht ja.

I: Okay, nehmen Statistiken in der Berichterstattung denn zukünftig eher zu oder ab?

- 130 B: Ich glaube sie werden eher zunehmen, weil es immer schwieriger wird die Spieler persönlich zu sprechen oder Stimmen von den Spielern zu bekommen, weil sich die Vereine immer mehr abschotten. Und dann muss man sich halt was anderes einfallen lassen worüber man berichtet und da bieten Statistiken halt eine gute Möglichkeit, um daraus Geschichten zu machen und was zu stricken.

- 135 **I: Was glauben Sie wie stehen da denn Möglichkeiten im Fußball Statistiken zu bekommen, im Vergleich zu anderen Sportarten oder Ländern?**

- 140 B: Also ich glaube wir können uns alle nicht vorstellen, was die Amerikaner im Sport in ihren Statistiken haben. Nehmen wir zum Beispiel Eishockey: Die haben auch unglaublich viele Statistiken. Der Fußball hat sich in den letzten Jahren dort schon extrem entwickelt, find ich schon. Gerade das Tracking und das ganze Pässe- und Zweikampfverhalten, aber es gibt immer noch andere Sportarten, wo das mehr auseinander genommen wird. Speziell sind das Basketball, Eishockey... also alle Sportarten die aus dem amerikanischen Raum kommen.

- 145 **I: Haben Sie denn ein Gefühl dafür, seit wann das gerade in Deutschland zugenommen hat?**

B: Ich glaube da war das Internet ganz entscheidend, als das so zugelegt hat. So seit zehn Jahren würde ich schon sagen...

I: (unterbricht) Aber so konkret ein Ereignis, was dazu beigetragen hat, gab es nicht?

- 150 B: Ich muss mal überlegen... Also 2006 bei der WM haben wir auch schon Statistiken mitgenommen. Ich glaub da ging das so los, würde ich mal schätzen. Sowas wie Ballbesitz, Torschüsse und Zweikämpfe haben wir da mal extra für die WM eingekauft. Ich glaub das kann man als Datum so ganz gut nehmen. Und dann gibt es da die Einzelwerte, die gibt es auch noch nicht so lange. Also ich kann mich daran erinnern, dass
- 155 wir am Anfang immer mit OPTA INDEX gearbeitet haben, dass waren die Ersten glaube ich. Die sind ja auch schon drei-, viermal verkauft worden, das ist ja daran immer das Schwierige. Wir haben da auch immer so einen riesigen Statistik-Block gehabt, mit allem drin. Aber da haben wir uns jetzt von getrennt, weil das war immer so eine unübersichtliche Geschichte und eine Riesenarbeit war und jetzt machen wir das immer
- 160 mit Tabellen und Ranglisten.

I: Okay, gibt es denn noch konkret Bereiche, wie zum Beispiel Laufstatistiken, wo Sie glauben, da könnte es noch mehr oder viel weniger geben? Das interessiert den Leser gar nicht mehr?

165 B: Ich weiß nicht was ein Leser davon hat, dass einer jetzt so und so viel gesprintet ist. Ich weiß, dass das in anderen Sportarten noch viel, viel mehr auseinander genommen wird, aber ich bin mir nicht sicher, ob der Fußball-Fan das wirklich braucht. Ich glaube, dass das was wir jetzt so haben ausreicht. Aber das sagt man immer so gerne und dann kommt was Neues und man sagt: „Ach Mensch, das ist ja auch ganz interessant.“ Da fehlt mir im Moment, muss ich ganz ehrlich sagen, die Kreativität, was wir noch
170 gebrauchen können.

I: Also was Konkretes haben Sie noch nicht im Kopf?

B: (überlegt) Also was mir immer noch so ein bisschen fehlt, ist das was im Eishockey immer passiert. Natürlich kann man das nicht immer so ganz vergleichen, weil die Spieler ja auch mal auf der Bank sind und mal auf dem Eis. Aber das gibt da immer so
175 eine Plus/Minus-Statistik. Das heißt wenn du auf dem Eis warst und es ist ein Tor gefallen, dann kriegst du einen Pluspunkt. Wenn man auf dem Eis ist und man bekommt einen Gegentreffer, bedeutete das einen Minuspunkt. Dann geht jeder Spieler mit einem Wert aus einem Spiel und nach der Saison. Also es gibt Plus- und Minusspieler. Das finde ich sehr interessant und könnte man beim Fußball ja auch mal ganz gut machen.
180

I: Also Sie meinen damit die Fokussierung auf den einzelnen Sportler?

B: Ja, genau es gibt ja immer solche Situation wo man sagt: „Mensch, jetzt ist [*Spieler I*] zehn Wochen ausgefallen und [*Verein I*] holt in dieser Zeit keinen einzigen Punkt.“ Das wäre so eine Statistik, die interessant wäre. Eine Punkte-Statistik eines Spielers.
185 So eine Statistik, keine Ahnung, Zeit durch Einsätze oder sowas. Aber da müsste man sich genau was überlegen. Wenn einer nur eine Minute gespielt hat, darf er dann die volle Punktzahl bekommen?

I: So etwas gibt es zum Beispiel im Basketball. Da gibt es neun Leistungskriterien, die dann einen Wert ermitteln...

190 B: Ja, das ist cool oder?

I: Ja, das ist auch noch so der große Unterschied zum Fußball...

B: Ja, aber ich glaube das die [*Zeitschrift I*] das im Prinzip macht. Die haben da ja so ein anderes System, um Noten zu geben. Das finde ich ganz interessant und die ge-

195 ben die Noten anhand von verschiedenen Daten. Anhand von persönlicher Einschätzung, aber dann auch andere Werte, die da mit reinfließen. Die sind die Einzigen, die keine Note nur nach subjektiver Einschätzung geben. Aber wir machen das halt so, wie wir es immer gemacht haben und verlassen uns auf unseren gesunden Menschenverstand. Auch wenn es manchmal falsch ist (lacht).

200 **I: Okay, super. Kommen wir zur allerletzten Frage: Wurden Ihrer Meinung nach wichtige Aspekte der Thematik ausgelassen oder vernachlässigt? Möchten Sie noch etwas hinzufügen?**

B: Nein, mir hat es Spaß gemacht und ich hab mich gefreut, dass ich die Fragen beantworten durfte.

205 **I: Und ich freue mich, dass Sie mich damit unterstützt und mir geholfen haben. Danke!**

Anlage 4: Transkribiertes Interview mit IP III**Interview mit IP III // Mittwoch, 28.05.2014 // 12:20 Uhr****Interviewer (I): Super... Zur Einstiegsfrage: Was war die letzte Statistik, mit der Sie gearbeitet haben? Oder die Sie verwendet haben?**

- 5 Befragter (B): Beschäftigt war... Hab ich jetzt noch nicht verwendet, aber das ist so eine Saisonbilanz, Abschlussstatistik von IMPIRE. Das ist so, die haben so eine Art „Charts“ erstellt, welche Spieler in welchen Teilbereichen die Nase vorn hatten. Zweikämpfe, Foulspele, meisten Kilometer et cetera. Also die hab ich jetzt „durchforstet“ in der Absicht, da möglicherweise Geschichten draus zu machen, aber die jetzt noch
10 nicht veröffentlicht wurden.

I: Okay, das heißt Sie nutzen schon generell Statistiken, auch moderne Daten. Wie oft nutzen Sie sowas und wofür vor allem?

- B: Wie oft? Nicht täglich. Ich würde sagen mehrfach, wöchentlich. Wofür? Teilweise auch einzelne Geschichten, Aufwärts- Abwärtstrends einzelner Spieler zu illustrieren,
15 um Beispiele darzustellen das *[Spieler I]* sehr kopfballstark ist und 79 Prozent seiner Offensiv-Kopfballduelle gewinnt. Also, um einzelne Geschichten zu Spielern zu machen, teilweise auch mannschaftsspezifisch, aber eher personalisiert.

I: Okay, dann auch eher textgebunden oder wirklich so mit Tabellen?

- B: Gibt's auch, sowohl als auch, aber mehrheitlich würde ich sagen textlich, wo die
20 Daten dann einfließen. Teilweise aber auch Bundesligavergleiche, dann tabellarisch. Gerade wenn es um mannschaftliche Statistiken geht. Einzelne Personalgeschichten funktionieren auch wenn du sagen willst, dass Spieler XY Platz zwei der Zweikampfstärksten belegt, aber das trifft auf *[Verein I]* ja im Moment nicht zu.

I: Von wem erhalten Sie denn diese Daten?

- 25 B: Also eingekauft werden die von IMPIRE. Der ist unser Anbieter, wenn es um diese modernen Daten geht. Es gibt natürlich andere Daten, wo man sich einfache Dinge von TRANSFERMARKT.DE pickt. Da ruf ich jetzt nicht IMPIRE an, wenn es um Tore und Vorlagen geht. IMPIRE ist da unser Partner.

- 30 **I: Und mit dem habt ihr regelmäßigen Kontakt oder nur zum Beispiel am Saisonende?**

- 35 B: Nein, es gibt vor dem Spiel so eine Info-Mappe, ein PDF mit zehn bis 20 Seiten mit Infos über einzelne Spieler, solche Sachen, und kurz nach dem Spiel bekommen wir so die „Tops“ und „Flops“. Spieler, mit den meisten und wenigsten Ballkontakten, Passquote und solche Geschichten kommen nach dem Spiel. Diese zwei sind so die Sachen, die automatisch geliefert werden. Ansonsten auf Zuruf. Mir fällt auf [*Spieler II*] ist kaum noch am Ball. Dann ruf ich an und frag ob sich das auch statistisch festmachen lässt.

I: Also man kann schon sagen: Es werden mehr Daten eingekauft, als das sie selbst recherchiert werden?

- 40 B: Also es gibt ein Basispaket, was sozusagen von vornherein eingekauft ist und es gibt immer so Sachen, wo mir was auffällt und ich daraus dann was mache. Also es hält sich die Waage.

I: Haben Sie denn ein Gefühl dafür, wie diese modernen Statistiken entstehen?

- 45 B: Bedingt. Also ich kannte mal Leute von IMPIRE, da war es schon so, dass die dann dieses Traffic von dem Stadion ausmachen. Also was diese ganz modernen Sachen angeht, bin ich da nicht so im Thema. Aber ich weiß, dass diese Daten sich voneinander ganz schön unterscheiden. Da kann man sich dann schon fragen, ob es objektiv ist.

- 50 **I: Haben Sie eher das Gefühl, dass sie aufgrund einer subjektiven Sichtweise entstehen?**

B: Ich weiß, dass es da einen Spielraum gibt, ja. Also wenn man so will ist das mit einer gewissen Vorsicht zu genießen, was mich aber nicht davon abhält sie zu verwenden (lacht).

I: Auch unkommentiert zu verwenden?

- 55 B: Also was heißt unkommentiert. Wenn ich schreibe, der hatte 67 Ballkontakte kann ich nicht in Klammern schreiben, das ist aber mit Vorsicht zu genießen.

I: Okay, gut. Aber es kommt Ihnen dann auch mehr auf die absoluten Zahlen an oder geht es darum, es einzuordnen zu können?

- 60 B: Nein, ich bin schon interessiert an dem detaillierten Wert. Ich will dem Leser, dem Konsumenten, schon den Eindruck verschaffen, als wäre es wirklich präzise und nicht ein ungefährender Wert. Weil in dem Moment wo ich sage, die Laufstrecke ist mit Vorsicht

zu genießen und *[Spieler II]* läuft jetzt 11,7 und der Andere 11,6 Kilometer und wenn ich dann gar nicht mehr weiß, ist er mehr gelaufen als der Andere dann kann ich es eigentlich auch sein lassen. Weißt du was ich meine?

65 **I: Ja.**

B: Also ich verlass mich schon auf die Werte, wohlwissend, dass das nicht in Stein gemeißelt ist, was der Anbieter dir dort bietet.

I: Okay. Wenn wir jetzt gerade über die moderne Form von Statistiken reden: Gibt es da eine bestimmte Art, die Sie am meisten nutzen? Was ist da so der Trend?

70 B: Also, ich hab schon das Gefühl, dass diese Laufleistung da ganz spannend ist. Heißt jetzt Geschwindigkeit als auch Masse, was an Kilometern runter gespult wurde. Allgemein würde ich schon sagen, dass das eine Sache ist, die sich in den letzten ein, zwei Jahren wiederfindet und einen gewissen Charme hat und oft aufgegriffen wird. Betrifft mich eher nicht so, da dort Spieler anderer Clubs mehr leisten. Wie ein *[Spieler III]* oder so. Ich find das aber schon ganz spannend. Wenn du dir dann sowas wie die Passquote anguckst: *[Spieler IV]* hat eine super Passquote. Ja klar, er spielt den ja auch nur quer. *[Spieler V]* hat eine scheiß Passquote. Ja klar, weil der halt einen Risikopass als Innenverteidiger spielt. Was trifft man damit dann für eine Aussage? Von Passquote halt ich zum Beispiel dann eher wenig.

80 **I: Gibt es denn so einen Zeitraum oder Ereignis, wo man sagen kann, seitdem haben diese Daten extrem zugenommen?**

B: Naja gut, das ist dann irgendwann letztlich angeboten wurden. Wann das war, weiß ich nicht. Das hat einfach mit der Weiterentwicklung der Technik und was die Anbieter dann letztlich den Medien zur Verfügung stellen, zu tun.

85 **I: Habt ihr denn auf der anderen Seite als Journalisten das Gefühl, dass wollen die Leser auch lesen? Oder nutzt man das nur, weil es angeboten wird?**

90 B: Beides irgendwie. Natürlich wenn es mir angeboten wird, gibt es auch den Reiz es zu nutzen. Aber ich glaube gerade auch bei diesen Laufwerten das ist sehr spannend, weil du als Fan da ziemlich viel rauslesen kannst. Es gab da ja letztens dieses Rückspiel in der Champions League. *[Verein II]* scheidet letztlich aus und *[Spieler VI]* hat eine unglaublich schlechte Laufleistung mit vier, fünf Kilometer. Das ist natürlich auch ein Extremfall aber da kannst du schon was ablesen. Gerade wenn der sonst zehn Kilometer läuft und dann nur sieben, dann kannst du wirklich genau festmachen und sagen: „Der Kerl hat sich möglicherweise nicht genug bewegt.“

- 95 **I: Jetzt kommen wir zum zweiten Teil meines Interviews. Für was spielen Statistiken denn konkret eine Rolle?**

B: Sie sind Belege für Thesen und Wahrnehmungen. Heißt Spieler X hat eine besondere Stärke in einem Bereich, eine These die du als Reporter hast. Wenn du eine Zahl dafür hast, ist diese These dann von objektiver Stelle bestätigt und dann auch gültig.

- 100 **I: Also nutzt man es eher unterstützend als themensetzend. Oder auch?**

B: Sowohl als auch. Teilweise hast du als Reporter eine These im Kopf und suchst da nach Bestätigung. Aber es gibt auch teilweise die Situation, da siehst du etwas und denkst: Oh, das überrascht mich jetzt. Und dann ist der Weg natürlich andersherum. Es gibt da keine Einbahnstraße.

- 105 **I: Okay und Sie haben ja schon ein bisschen angedeutet, dass Statistiken mit Vorsicht zu genießen sind aber was sind da konkret Vor- und Nachteile?**

- 110 B: Das gute eben, dass du deine Wahrnehmung unterstützen kannst. Dass Negative natürlich, das sich dein Eindruck auch mal in den Zahlen nicht wiederfindet, muss man auch so sagen. Also es gibt dann einen Eindruck, den du auch bei Kollegen, Offiziellen und Fans wiederfindest, aber eben nicht in den Zahlen. Das geht natürlich auch andersrum. Da denkst du der Spieler hat total scheiße gespielt und alle sind der gleichen Meinung. Und dann sprichst du halt mit dem Spieler oder dem Offiziellen und die sagen: „Das seh‘ ich nicht so. Schauen sie mal.“ Und belegen dann an den Zahlen, dass es anders war. Und damit nehmen sie dir sozusagen den Wind aus den Segeln, obwohl letztlich die allgemeine Einschätzung eine andere ist. Gerade bei einem Zweikampf ist ja auch umstritten, wann er einer ist. Und das ist dann in der Bewertung natürlich auch ein großes Fragezeichen, was die „Nötigkeit“ des statistischen Werts betrifft.

- 120 **I: Okay, dann möchte ich nun von Ihnen, dass Sie für mich einordnen, was Statistiken für eine Bedeutung für erstens Journalisten und Medien haben, zweitens für die Trainer und drittens für die Spieler?**

B: Medien grad‘ schon beschrieben. Bei uns vielleicht nochmal mehr als für andere, als Beleg für Thesen und Ansätze.

- 125 Für Trainer als Mittel zum Schutz, zur Verteidigung, von Spielern, die in der Kritik stehen. Das heißt: „Herr [Trainer I] was ist denn mit Spieler XY, wie ist seine Formkrise zu erklären?“ Antwort Trainer: „Welche Formkrise? Ich hab mir die Zahlen mal angeschaut, ich bin sehr zufrieden mit ihm.“ Also so eine Art Hilfsmittel zum Schutze der eigenen Spieler nach außen. Zahlen, die dann halt selektiv gewählt werden, um halt letztlich Kritik den Wind aus den Segeln zu nehmen. So empfinde ich das.

- 130 Und das gilt halt auch letztlich für die Spieler. Es gibt da einige, die ihre eigenen Werte gut kennen und nehmen diese dann in Gesprächen als Schutzschild.

I: Okay, wenn man sich jetzt nun die Medienlandschaft allgemein anguckt: Werden Statistik allgemein zutreffend genutzt und abgebildet?

- 135 B: Ich glaube schon, dass sie gut eingesetzt werden. Das ist schon in Ordnung so. Du bist jetzt nicht in den USA, wo so ein „Daten-Overkill“ ist. Die sind sehr Statistik verliebt, dass ist so die Wahrnehmung aus der Ferne. Ich glaub nicht, dass man hier als Fußballinteressierter, als Sportinteressierter erschlagen wird. Ich glaub auch nicht, dass es zu wenig ist. Ich finde es in Ordnung.

- 140 **I: Werden Statistiken denn eher genutzt um was Positives oder Negatives darzustellen?**

B: Nein. Würde sagen, dass gibt es in beide Richtungen. Kann man nicht sagen. Es gibt immer Helden- und Loser-Geschichten

I: Aber es geht schon um die extremen Werte? Also es geht jetzt nicht darum zu sagen, dass einer solide Werte hat, oder?

- 145 B: Selten. Natürlich kann man auch die Konstanz mit einem Wert darstellen. Das sind aber in der Regel weniger Geschichten, als Geschichten mit extremen Werten. Also eher eine untergeordnete Rolle.

I: Kommen wir zum letzten Teil: Glauben Sie, dass Fußballberichterstattung zukünftig noch ohne Statistiken funktioniert?

- 150 B: Nein. Das ist ja eigentlich auch müßig. Es gehört schon dazu, ist ein wertvoller Unterstützer für Medien, für Trainer und Fans. Es hat einen wichtigen Platz und ist nicht mehr weg zu denken.

I: Okay, glauben Sie es nimmt eher zu oder ab?

- 155 B: Ich glaub‘ tendenziell ein bisschen mehr. Es wird ein paar Prozent zulegen. Aber es wird nicht total abgehen. Ich glaub‘, dass hier eine gewisse Sättigung in dem Bereich erreicht ist, als jetzt in anderen Ländern.

I: Gibt es denn im Fußball konkret Bereiche, wo Sie noch ein Entwicklungspotenzial sehen? Also dort und dort würde ich mir noch mehr Statistiken wünschen?

- 160 B: Nein (überlegt). Gut, aber vielleicht doch (überlegt). Naja, ich weiß halt nicht ob so Sachen wie Ballverarbeitung zu ermitteln ist. Also wie lange braucht ein Spieler um ihn anzunehmen und sinnvoll weiter zu spielen? Das hat sich in den letzten Jahren ja extrem reduziert, die Zeit. Heute geht es ja darum möglichst wenig Zeit zu brauchen dafür. Ich weiß nicht, ob es solche Werte gibt, aber das ist schon sehr speziell. Ich glaub' im
- 165 Wesentlichen sind die Werte erfasst.

I: Gibt es denn so eine generelle Entwicklung, die sich abzeichnet? Beispielsweise geht es mehr um die Mannschaft oder um den einzelnen Spieler?

- B: Wahrscheinlich wird es noch mehr darum gehen, Zusammenhänge aufzuzeigen. Wie funktioniert es zwischen zwei Spielern... oder das Spiel findet in einem bestimmten Raum statt. Also, dass man das Spiel noch besser begreift. Das könnte ich mir vorstellen, dass das den Medien noch mehr deutlich gemacht wird. Das wäre schon sehr hochwertig. Die Basissachen sind ja nun mal da.
- 170

- I: Kommen wir zur Ausstiegsfrage: Wurden Ihrer Meinung nach wichtige Aspekte der Thematik ausgelassen oder vernachlässigt. Möchten Sie noch etwas hinzufügen?**
- 175

- B: Ob irgendetwas gefehlt hat? Weißt du, aber das ist wahrscheinlich zu weit weg... Was mich interessieren würde, ob es mehr Anbieter geben wird. Also es gibt in Deutschland soweit ich das weiß nur zwei Anbieter mit OPTA und IMPIRE. Ist da Raum für Dritte? Ist das ein Wachstumsmarkt? Keine Ahnung, aber das ist ja wahrscheinlich mehr so ein Wirtschaftsthema...
- 180

I: Das macht auf jeden Fall auch einen Teil meiner Arbeit aus, mich mit diesen Firmen zu beschäftigen. Trotzdem danke ich Ihnen erstmal für das Interview. Damit haben Sie mir sehr geholfen.

Anlage 5: Transkribiertes Interview mit IP IV**Interview mit IP IV // Freitag, 06.06.2014 // 10:25 Uhr****Interviewer (I): Meine Einstiegsfrage an Sie ist eigentlich, was die letzte Statistik war, mit der Sie sich für einen Text beschäftigt haben?**

- 5 Befragter (B): Die letzte Statistik? Ehrlich gesagt, die letzte Statistik war auch eine Statistik als *[Verein I]*-Reporter.

I: Ja und worum ging es dabei?

- 10 B: Das ging um das Spiel bei *[Verein II]*. Und die Statistik mit der ich mich dabei beschäftigt habe, waren die Daten nach dem Spiel. Das bedeutet Zweikampfwerte, Laufwerte und Passquote.

I: Okay, gut. Würden Sie denn generell sagen, dass Sie solche Statistiken öfters nutzen? Und wenn ja, wie oft und wofür?

- 15 B: Oft würde ich nicht sagen, aber regelmäßig. Ich habe sowas immer genutzt, wenn ich von den Spielen berichtet habe. Vor allem für die Benotung, weil ich das immer ein bisschen schwer fand, nach meinem Bauchgefühl zu sagen, der hat gut gespielt oder nicht. Dann hab ich mir angeguckt, ob der gute Laufwerte oder eine gute Passquote hatte und hab' das dann ganz gerne verwendet.

I: Haben Sie auch schon mal Statistiken textgebunden genutzt oder eher graphisch aufgeführt?

- 20 B: Ja, hab ich. Ich hab zum Beispiel in der Rückrunde eine Geschichte über *[Spieler I]* gemacht und hab zum Beispiel als Statistik daneben gestellt, wie viele Tore *[Verein I]* kassiert wenn *[Spieler I]* mitspielt und wie viele wenn nicht.

I: Also, nutzen Sie Statistiken sowohl graphisch als auch textgebunden?

B: Genau.

- 25 **I: Okay, gut. Wie erhalten Sie diese statistischen Daten?**

B: Also bei *[Zeitung I]* weiß ich, dass wir diese Werte zum Teil eingekauft haben, aber komischerweise so nie genutzt haben. Ich habe viel Eigenrecherche gemacht. Das heißt ich bin auf die üblichen Datenbanken im Internet gegangen.

I: Das heißt konkret?

- 30 B: Das heißt ich bin auf BUNDESLIGA.DE gegangen, wo ja direkt nach Spielschluss die entsprechenden Werte drauf sind. Ich hab die BILD-Datenbank genutzt und das dürfte es eigentlich gewesen sein.

I: Wissen Sie eigentlich, wie solche modernen Statistiken entstehen?

- 35 B: (lacht) Ich könnte es dir jetzt nicht wissenschaftlich erklären. Ich habe mir das irgendwann mal alles durchgelesen... mit Studenten der Sporthochschule, die irgendwelche Punkte an Bildschirmen setzen, aber im Detail weiß ich das nicht.

I: Okay. Würden Sie denn sagen, wenn Sie schon eine gewisse Vorstellung haben, ist das wirklich hochwissenschaftlich oder gibt es da genügend Fehlerquellen?

- 40 B: Ja, also ich glaube schon, dass da jede Menge Fehlerquellen drin' sind. Gerade wenn wir jetzt vom Sport ausgehen. Wenn ich jetzt an Fußball denke, wer beurteilt wann ein Zweikampf geführt wurde?

I: Gibt es denn eine Art von Statistiken, die am meisten genutzt wird?

- 45 B: An Statistiken? Naja gut, erstmal natürlich die klassische Tabelle. Dann vielleicht noch die Statistik: Heimstärke, Auswärtsstärke oder –schwäche. Wenn wir von einzelnen Spielern reden, dann natürlich positionsgebunden. Wenn wir von Stürmern reden gucken wir auf die Tore, beim Verteidiger dann auf die Zweikampfwerte.

I: Okay, gut. Für was spielen Statistiken Ihrer Meinung nach denn eine Rolle in der Berichterstattung?

- 50 B: Naja, ich finde halt schon, dass sie ein Argument für die eigene These im Artikel sind. Wenn ich schreibe, dass *[Spieler I]* unverzichtbar ist für *[Verein I]* und das untermauern kann mit der Statistik, dass man mit ihm einen besseren Gegentore-Schnitt hat, ist das halt ein starkes Argument was ich dazu geben kann.

- 55 **I: Also werden sie eher unterstützend als themensetzend genutzt? Oder das auch?**

B: Das gibt es auch. Der Klassiker ist, wenn ich die Statistik habe, dass [*Verein I*] seit zwei Jahren kein Auswärtsspiel gewonnen hat, dann ist natürlich auch eine Geschichte. Also es kommt beides vor.

I: Gibt es denn konkret Vor- und Nachteile von Statistiken?

60 B: Vorteil ist halt, dass man damit belegen kann, was man geschrieben hat. Also um die eigene These zu untermauern. Ich finde auch, dass Statistiken, wenn sie graphisch gut aufgemacht sind, helfen eine Geschichte leichter zu verstehen. Nachteilig finde ich, dass manchmal absurde Statistiken genutzt werden. Sagen wir mal so, wenn ich ehrlich bin, kann man für jede These seine Statistik finden.

65 **I: Ist das so?**

B: Ja, das ist schon mein Eindruck. Beispielsweise, aber das ist jetzt schon ein paar Monate her, da ging es um [*Spieler II*] und darum, dass er der lauffaulste Stürmer der Bundesliga ist. Das Ding ist, wenn der Mann fünfzehn Tore macht, dann hat der seinen Job erfüllt und man kann diese Statistik verwenden. Wenn ich aber diese Laufstatistik
70 nehme, dann hab ich eine Negativstatistik. Deshalb fragt man sich da schon, welche Statistik überhaupt Sinn ergibt und warum man sie jetzt nutzen soll. Und da sehe ich schon eine Gefahr und da neigt die Branche des Journalisten dann dazu, sich kurz die Statistik zu stricken, die man braucht.

75 **I: Sehen Sie denn nicht auch nur ein Journalisten-Problem sondern auch ein Anbieter-Problem? Weil es kommt doch auch vor, dass sich die Daten unterscheiden, oder nicht?**

B: Ja, das stimmt. Ich hab' komischerweise noch nie erlebt, dass zwei unterschiedliche Datenbanken die gleiche Anzahl von Ballkontakten zählen. Da haben wir im Grunde schon das Grundproblem. Ich meine: Traue keiner Statistik, die du nicht selbst ver-
80 fälscht hast. Und da sind wir im Zweifel auch wieder bei der Sache, dass ich mir dann die Statistik aussuche, die mir besser passt.

I: Also es gehört dann schon dazu, dass man Daten liefert oder denkt man auch, dass man das dann ja eigentlich nicht nehmen darf?

B: Nein, also wenn ich der Meinung bin, dass das zu unseriös ist, dann lass ich es
85 weg. Aber manchmal hast du es ja, dass ein Spieler in der Mixed Zone nach dem Spiel sagt, dass er nicht richtig drin' war und kaum Bälle bekommen hat und dann willst du es anhand von einer Zahl belegen und plötzlich hast du zwei verschiedene Werte. Also hat man als allererstes diesen Grundkonflikt, welche da jetzt richtig ist oder ob eine richtig ist.

- 90 **I: Okay, das ist verständlich. Können Sie denn jetzt mal für mich einordnen, welche Bedeutung Statistiken a) für Journalisten und Medien, b) für Trainer und c) für Spieler haben?**

- B: Ich glaube für Spieler, naja was man soll man sagen, wenn man den Spieler glaubt was sie sagen, dann ist denen das scheißegal. Das glaub' ich aber nicht. Ich glaube
95 ein Spieler freut sich hundertprozentig wenn er in der Zeitung liest, dass er keinen einzigen Zweikampf verloren hat. Also das kann mir keiner erzählen.

Was Trainer betrifft glaub' ich schon, dass das eine wichtige Rolle spielt. Zu mindestens ist das mein Eindruck was moderne Trainer, also Fußballlehrer, angeht.

I: Wieso ist das so?

- 100 B: Weil mein Eindruck der ist, dass man tatsächlich mit einer starken Analyse noch mehr rausholen kann. Der Sport hat sich in der Hinsicht doch stark verwissenschaftlicht. Sieht man finde ich auch in Trainingslagern von Bundesligisten. Da werden ja mittlerweile unglaubliche Mengen von Daten aufgezeichnet. Da wissen die Trainer nach so einem Laktat-Test ja wirklich alles, das ist ja Wahnsinn.

- 105 **I: Okay. Und was ist mit Journalisten und Medien?**

- B: Ja, absolut wichtige Rolle. Ich meine im US-Sport noch viel mehr, als jetzt im Fußball. Wenn ich über Eishockey oder Basketball berichte, da kriegst du ja nach jedem Viertel oder Drittel so ein Datenblatt ausgehändigt. Da steht wirklich alles drauf. Das ist Wahnsinn. Deswegen ist das, was aus Amerika kommt, noch ein bisschen extremer.
110 Aber das gibt es im Fußball mittlerweile auch. Ich kenne keine Zeitung, die montags keine Stenogramme abgedruckt hat, wo neben den Aufstellungen noch Zweikampfwerte und so drin stehen.

I: Glauben Sie diese Entwicklung kommt aus dem US-Sport?

B: Ja. Also das halte ich in der Tat ganz stark für eine Entwicklung aus den USA.

- 115 **I: Und woran macht sich das dann fest?**

- B: Naja, als erstes Mal daran, dass die Amerikaner viel früher damit angefangen haben. Und daran merkst du jetzt einfach, dass nach und nach diese ganze Statistik hierher kommt. Diese ganz genaue Auswertung der Spieldaten von IMPIRE gibt es ja noch nicht so lange. Und im Basketball hast du das ja schon seit Jahrzehnten, das da alles
120 genau ausgewertet wird. Und wenn du jetzt an Live-Übertragung denkst hat ja SAT.1

angefangen mit seiner RAN-Datenbank. Das gab es ja bei der ARD, ZDF und RTL gar nicht, sowas ein bisschen statistisch auszuwerten. Wenn du mal US-Fernsehen guckst, da ist ja immer irgendeine Statistik die irgendwie eingeblendet wird.

125 **I: Kommen wir mal wieder zurück auf die Statistik im Fußball. Wenn Sie sich hier die Medien vor Augen führen: Werden Statistiken Ihrer Meinung nach zutreffend abgebildet? Oder häufig auch nicht?**

B: (lacht) Ist ja anonymisiert. Nein, glaube ich nicht.

I: Okay und warum?

130 B: Das geht in die Richtung, was ich vorhin angedeutet habe, dass sich jeder Journalist seine Statistik sucht, die er braucht. Nehmen wir zum Beispiel den Fall [*Spieler III*]. Dem Mann wurde jedes Gegentor in einer großen deutschen Tageszeitung um die Ohren gehauen. Das stand dann immer in den Berichten drin, zum Beleg, dass der Mann nicht bundesligatauglich ist. Dann kam der Torwart-Wechsel zu [*Spieler IV*] und wenn wir jetzt nur auf die Statistik gucken, dann hat er den gleichen Wert wie [*Spieler III*].
135 Nur komischerweise liest man das nicht. Das ist das was ich meine: Statistiken werden gerne mal so benutzt, wie man es gerade braucht.

I: Also kann man zusammenfassen, dass Statistiken nicht immer zutreffend genutzt werden?

B: Ja, genau so würde ich es sagen.

140 **I: Aber auch nicht generell? Weil es kann dann ja auch einen Unterschied geben, zwischen Boulevard-Medien und anderen...**

145 B: (unterbricht) Absolut. Ich würde jetzt auch nicht nur ein reines „Boulevard-Medien-Bashing“ machen wollen, aber natürlich wird das im Großen und Ganzen vernünftig genutzt, nur für manche Geschichten werden auch eher spezielle Statistiken rausgesucht.

I: Okay, würden Sie denn sagen, dass es eine Tendenz gibt, ob Statistiken eher für positive oder negative Berichterstattung genutzt werden? Oder hält es die Waage?

150 B: Ich hab schon den Eindruck, dass das total unterschiedlich ist. Ich glaube Statistiken werden da sehr ausgeglichen genutzt. Mal werden sie genutzt, um aufzuzeigen, wie

zweikampfstark ein Spieler ist; mal werden sie genutzt, um aufzuzeigen wie auswärts-schwach eine Mannschaft ist.

I: Aber man kann schon sagen, es interessieren die extremen Werte? Es geht nicht um das Mittelmaß, oder?

- 155 B: Ja, würde ich schon sagen. Da sind wir ja beim Grundproblem des Journalismus. Wenn es Mittelmaß ist, gibt es ja eigentlich keinen Grund darüber zu berichten. Das kommt eher selten vor.

I: Meinen Sie denn Fußballberichterstattung geht zukünftig ohne Statistiken?

- 160 B: Nein. Ich mein', gerade wenn wir über Internet und Fernsehen reden, nein. Das wird eher deutlich mehr werden. Da brauch ich mir nur angucken, wie Fernsehsender mittlerweile das Programm füllen und nach Spielende mit Experten diskutieren, wie viel Kilometer der eine gelaufen ist. Ich glaube, dass das noch viel, viel extremer wird.

I: Gibt es denn noch konkret Bereiche, wo Sie Entwicklungspotenzial sehen? Wo es zu viel oder zu wenig gibt?

- 165 B: Gute Frage. Also wenn man das so ein bisschen kritisieren will, gibt es im US-Sport eigentlich schon zu viel. Beim Fußball ist das noch nicht so.

I: Ok, aber konkret fällt Ihnen da kein Gebiet ein, wo es noch mehr an Statistiken geben könnte?

- 170 B: Also sagen wir mal so: Ich hab irgendwann mal einen interessanten Bericht gelesen oder gesehen und da ging es darum, wie digital die Berichterstattung noch werden kann. Und klar das Extreme wäre, dass man am Fernseher während des Spiels die Daten zum Spieler schon hat.

- 175 **I: Und wenn wir das jetzt nicht auf der technischen Ebene besprechen, sondern wirklich auf das Spiel gemünzt. Sie erwähnen ja den einzelnen Spieler oder kommt es mehr auf die Mannschaft an?**

- 180 B: Ich finde schon, jetzt nicht nur bei Statistiken, dass der stärkere Blick immer mehr auf das einzelne Individuum gerichtet ist. Klar, natürlich könnte man mehr Mannschaftsstatistiken drauf packen. Ich hab nur den Eindruck was die Mannschaftswerte betrifft zählt am Ende nur, ob oben rechts 1:0 oder 0:0 steht. Aber da ist sicherlich noch was möglich, wie beim Tennis, dass am Ende solche Werte aufgeführt werden.

I: Okay, gut. Kommen wir zur Ausstiegsfrage: Wurden Ihrer Meinung nach wichtige Aspekte der Thematik ausgelassen oder vernachlässigt? Möchten Sie noch etwas hinzufügen?

B: Nein, möchte ich nicht.

185 **I: Möchten Sie nicht, okay. Dann dank' ich Ihnen für das Interview. Sie haben mir damit sehr geholfen. Viel Erfolg weiterhin!**

Anlage 6: Transkribiertes Interview mit IP V**Interview mit IP V // Freitag, 13.06.2014 // 12:28 Uhr**

Interviewer (I): Ja, dann starten wir jetzt einfach direkt. Können Sie sich noch
erinnern was die letzte Statistik war, mit der Sie sich für einen Text beschäftigt
5 haben?

Befragter (B): Ich komme gerade aus dem Urlaub, das ist gar nicht so einfach (lacht).
Ja, wir haben da etwas zu den Nachwuchsleistungszentren der Bundesligisten ge-
macht und dabei erhoben, wie viele Spieler in die Bundesliga kamen und Länderspiele
gemacht haben. Also das war so die letzte Statistik, mit der ich im größeren Umfang
10 gearbeitet habe.

I: Okay. Nutzen Sie denn auch Statistiken, die Sie nicht selber erheben?

B: Ja, schon. Also, es wird ja rund um die Bundesligaspiele immer Daten erhoben, die
du dann auf dem Bogen nach dem Spiel kriegst. Da sind dann ja Ballbesitz, Zwei-
kampfwerte, Torschüsse und so weiter dann für die Mannschaften und einzelnen Spie-
15 ler aufgeführt. Und ich schaue da durchaus immer mal gerne nach dem Spiel drauf, da
man damit eigene Eindrücke bestätigen oder hinterfragen kann.

**I: Aber spielen dann solche Statistiken nur am Bundesligaspieltag eine Rolle o-
der werden Sie damit auch unter der Woche konfrontiert?**

B: Ja, klar man guckt dann schon was einem so auffällt und versucht daraus die ein
20 oder andere Geschichte daraus zu ziehen.

**I: Und Sie könnten jetzt nicht beziffern, ob solche Statistiken täglich oder wö-
chentlich eine Rolle spielen?**

B: Also, das ist ganz unterschiedlich. Man hat das schon immer so ein bisschen im
Blick, guckt vielleicht was man da so abbilden kann oder welchen Trend man vielleicht
25 auch darstellen kann.

**I: Okay, gut. Was sind denn Ihre Quellen für solche Statistiken? Vor allem geht
es mir auch um die moderneren Daten dabei.**

B: Also, ich guck da schon bei IMPIRE, von denen wir solche Daten geliefert bekom-
men. Dann gucke ich auch auf BUNDESLIGA.DE, die ja glaub' ich die Daten von

- 30 OPTA bekommen. Deswegen sind die Daten ja auch nicht immer deckungsgleich. Und dann haben wir ja noch eine interne Datenbank, die dann keine Spieldaten wie Laufleistungen erhebt, sondern eher sowas wie Tore und Assists zählt.

I: Okay, wissen Sie denn zum Beispiel, wie gerade solche modernen Daten wie Laufleistungen entstehen und ausgewertet werden?

- 35 B: Ja, bei den Laufdaten ist es ja so, dass wohl Kameras in den Stadien installiert werden und dann gibt es dort Leute, die das an den Bildschirmen bearbeiten und mit irgendeinem Verfahren diese Punkte an den Bildschirmen Spielern zuordnen. Und beim anderen, also für Zweikämpfe, Ballkontakte und so weiter gibt es ja Leute, die das zählen. Das hängt dann ja auch vom Anbieter ab, ob die im Stadion sitzen oder in einem
40 Raum vor dem Fernseher. Wobei sie dann natürlich das Problem haben, dass sie eine eingeschränkte Sicht auf das Spiel haben.

I: Gut, da wissen Sie ja schon ganz gut Bescheid. Gibt es denn eine aktuelle Tendenz oder Trend, welche Art von Statistiken am meisten genutzt werden?

- B: Naja was natürlich in den letzten zwei, drei Jahren extrem aufkam, weil es damals
45 auch erst frisch angeboten wurde, war das halt das mit den Laufdaten, wo sich dann alle erst einmal darauf gestürzt haben. Wobei ja immer wieder die Frage ist, wie aussagekräftig ist das und wie relevant? Zum einen weil da gerade am Anfang, auch durch den Wechsel zu dieser Saison zu OPTA, da ein paar Sachen nicht ganz so rund gelaufen sind und somit nicht immer zu 100 Prozent wusstest, ob die Daten die dir vorliegen
50 auch stimmen. Vor allem da das ja auch bei Trainern und Spielern total umstritten ist, was die Laufleistung, über die Gesamtleistung eines Spielers aussagt. Aber dann gibt es auch wieder Trainer, die vor der Saison fordern, dass sie die laufstärkste Mannschaft der Liga sein wollen. Also das kann auch nicht ganz irrelevant sein. Also den Trend gab es schon, aber ob es dann tatsächlich die wichtigste Statistik ist oder nur
55 eine Spielerei, ist schwer zu sagen.

I: Wahrscheinlich ist die Wichtigste noch die Tabelle...

B: Das stimmt. Man denkt wahrscheinlich bei Statistik immer an kompliziertere Sachen, aber Tore und Punkte sind natürlich nie aus der Acht zu lassen.

- I: Was meinen Sie denn, für was spielen Statistiken in der Berichterstattung eigentlich konkret eine Rolle? Also warum werden sie genutzt?**
60

B: Zum einen ist es das was ich immer mach, wenn ich ein Spiel gesehen habe. Dann versuch ich das einzuordnen und zu bewerten und das dann mit statistischen Daten abzugleichen. Also wenn ich davon überzeugt bin, dass ein Verteidiger ein starkes Spiel gemacht hat und keinen Zweikampf verloren hat, dann guck ich natürlich nach,

65 ob das mit den Daten übereinstimmt. Zum anderen versucht man natürlich immer daraus irgendwelche Highlights und besondere Fakten zu finden. Da hast du es schon mal, dass ein Spieler in einem kurzen Zeitraum viele Tore geschossen hat oder nach einer Einwechslung Rot gesehen hat. Das sind natürlich jetzt ein bisschen plumpe Beispiele.

70 **I: Ja, aber das ist ja schon ein guter Ansatz. Also kann man quasi zusammenfassen, dass Statistiken das Thema unterstützen aber eben auch Themen setzen?**

B: Ja, das kann man schon so sagen. Entweder das Gesehene unterstützen oder bestätigen und dann eben mal anzugucken und dabei vielleicht auf ein Thema zu kommen.

75 **I: Ja, gut. Können Sie mir denn auch sagen was solche Daten, gerade die moderneren, für Vor- und Nachteile haben? Sie haben es ja ein bisschen angerissen.**

B: Ja. Also gut ist, dass man damit Eindrücke untermauern oder widerlegen kann. Dass man quasi seine Texte mit Fakten stützen kann und Geschichten entwickeln. Die Gefahr ist zum einen natürlich grundsätzlich ob die Statistik stimmt, so wie ich sie vor
80 mir liegen habe. Wie wurde sie erhoben? Welche Probleme kann es dabei geben? Und zum Zweiten: Wie ist dann der richtige Umgang damit? Ein paar sagen natürlich viel aus, aber es kann natürlich nicht immer stimmen. Wenn man einem Spieler dann vorwirft, dass er nur zehn Kilometer läuft und die anderen zwölf oder dreizehn, dabei ist er aber Innenverteidiger und muss gar nicht mehr laufen, sondern das ist halt einfach sein
85 Job. Also man muss auch immer beachten was man macht und nicht blind folgen. Da ist dann schon ein gewisses Hintergrundwissen und Expertenmeinung gefragt, um solche Statistiken richtig einordnen zu können.

I: Wenn Sie sich jetzt die gesamte Sportmedienlandschaft vor Augen führen, vor allem die printmediale: Würden Sie dann sagen, dass solche Statistiken zutreffend genutzt und abgebildet werden oder nicht immer?
90

B: In aller Regel schon. Weil ja oft auch wirklich die Zahl, also das Rohmaterial abgebildet wird und so der Leser die Chance hat, sich selber eine Meinung zu bilden. Im Großen und Ganzen ist das schon ein Fortschritt, wird auch so genutzt und es gibt auch viele Leute im Sport, die Zahlen gerne lesen wollen. Also es ist auch bei uns so,
95 dass die Seiten mit den meisten Zahlen und Statistiken diejenigen sind, an denen die Leser am meisten kleben bleiben. Es gibt natürlich immer die Gefahr, dass Zahlen falsch interpretiert werden, aber das gibt es in allen Bereichen. Also das sehe ich nicht als Problem.

100 **I: Okay, gut. Gibt es denn eine generelle Tendenz, ob Statistiken eher genutzt werden um etwas Positives oder Negatives aufzuzeigen? Oder hält das die Waage?**

B: Ich glaub', das hält sich die Waage. Es gibt genauso die Geschichten mit Rekorden wie auch im umgekehrten Fall.

105 **I: Aber man kann schon sagen, dass über Mittelmäßiges eher nicht berichtet wird?**

B: Ja, das ist ja grundsätzlich in der Medienlandschaft so, dass was sich abhebt auch stärker beleuchtet wird als der Durchschnitt. Der durchschnittliche Spieler steht halt weniger im Fokus als der Torjäger. Das ist nicht nur in der Statistik so.

110 **I: Okay. Könnten Sie jetzt für mich einordnen, welche Bedeutung Statistiken für Journalisten und Medien, für Trainer und für Spieler haben?**

B: Die Vorteile und Ansätze für Journalisten und Medien habe ich ja schon aufgeführt, also spielt es schon eine Rolle. Wahrscheinlich sogar eine größere Rolle als für Trainer oder Spieler.

115 Also es ist schwierig zu fassen, was Trainer und Spieler wirklich damit anfangen. Wahrscheinlich ein bisschen mehr, als sie zugeben würden. Aber keine ganz so große Rolle wie für Journalisten, glaube ich.

I: Okay, kommen wir zur Zukunftsperspektive: Würden Sie sagen, dass die Fußballberichterstattung überhaupt noch ohne Statistiken funktioniert?

120 B: Nein, ganz ohne Statistik geht es nicht. Wenn du schon sagst, dass die Tabelle die wichtigste Statistik ist, dann geht es natürlich nicht.

I: Okay und geht es denn auch ohne moderne Statistiken?

B: Also ich glaube schon, dass solche Werte einen Mehrwert geben, wer wieviel Ballbesitz oder so hatte. Also das gehört genauso zum Spiel und ist auch fest verankert in der Berichterstattung.

125 **I: Okay. Glauben Sie solche Statistiken nehmen denn zukünftig eher zu oder werden weniger? Also welche Rolle spielen solche Statistiken in der Zukunft?**

B: Naja, ich gehe mal davon aus, dass das Angebot an statistischen Daten noch zunehmen wird. Ich weiß nicht, ob dann damit auch mehr berichtet wird, aber ich gehe stark davon aus, dass noch mehr Daten angeboten werden.

130 **I: Okay. Fallen Ihnen denn da konkret Bereiche ein, wo es mehr Daten zu geben könnte? Gibt es da Tendenzen, vielleicht auch wenn du es mit anderen Sportarten vergleichst?**

B: Ja, da gibt es natürlich in den US-Sportarten wie Baseball noch viel, viel mehr. Aber konkret fällt mir da nichts ein.

135 **I: Auch nichts übergeordnetes wie, ob es mehr auf Mannschaftszusammenhänge oder einzelne Spieler oder so ankommt?**

B: Ja, das kann schon sein, dass noch detaillierter gezeigt wird, wo einer Zweikämpfe führt und wie oder wie stark ein Spieler ist, wenn er neben einem anderen spielt. Also Statistiken nehmen noch zu und werden wohl spezieller.

140 **I: Okay, kommen wir zur Ausstiegsfrage: Wurden Ihrer Meinung nach wichtige Aspekte der Thematik ausgelassen oder vernachlässigt? Möchten Sie noch etwas hinzufügen?**

B: Nein, es gibt da glaube ich nichts hinzuzufügen. Du hast mich ja vieles gefragt.

145 **I: Okay, dann danke ich Ihnen nochmals, dass Sie mitgemacht haben und ich wünsche Ihnen weiterhin viel Erfolg im Beruf.**

	IP I	IP II	IP III	IP IV	IP V	Kategorien
Nutzen Sie Statistiken für die Berichterstattung?	„Ich hab in dieser Saison gemerkt, dass ich relativ viel mit Statistiken gearbeitet habe.“ (Z. 7f.)	„Wenn du das meinst, dann kann ich wirklich sagen ständig und täglich.“ (Z. 16f.)	„Ich würde sagen mehrfach, wöchentlich.“ (Z. 13)	„Oft würde ich nicht sagen, aber regelmäßig.“ (Z. 13)	„...ich schaue da durchaus immer mal gerne nach dem Spiel drauf...“ (Z. 15)	Statistiken werden im Allgemeinen regelmäßig für die Berichterstattung genutzt. [F1/K1]
	„Mit diesen Parametern, die [...] neuer in die Auswertung [...] gekommen sind, habe ich [...] in dieser Saison mehr mit gearbeitet...“ (Z. 11ff.)	„Wenn es um spezielle Statistiken geht [...] dann würde ich sagen einmal die Woche.“ (Z. 17f.)				Modernere Formen von Statistiken werden im Allgemeinen für die Berichterstattung genutzt. [F1/K2]
Nutzen Sie Statistiken eher textgebunden oder werden sie als Grafik aufgeführt?		„Ich integriere die in den Text.“ (Z. 21)	„...mehrheitlich würde ich sagen textlich...“ (Z. 19)			Statistiken werden eher textgebunden genutzt. [F2/K1]
			„Teilweise auch Bundesligavergleiche, dann tabellarisch.“ (Z. 21)			Statistiken werden eher graphisch genutzt. [F2/K2]
			„...sowohl als auch...“ (Z. 19)	„Genau.“ (Z. 24)		Statistiken werden sowohl textgebunden, als auch graphisch genutzt. [F2/K3]

	IP I	IP II	IP III	IP IV	IP V	Kategorien
Von wem erhalten Sie die statistischen Daten?		„Und wir arbeiten auch mit IMPIRE zusammen. Dass allerdings nicht wö- chentlich...“ (Z. 25f.)	„IMPIRE ist da unser Partner.“ (Z. 28)	„...weiß ich, dass wir diese Werte zum Teil eingekauft ha- ben...“ (Z. 26)	„...ich guck da schon bei IMPIRE, von denen wir solche Daten geliefert be- kommen.“ (Z. 28f.)	Die statistischen Daten werden von Firmen wie IMPIRE oder OPTA einge- kauft und geliefert. [F3/K1]
	„Genau, wir recherchieren selbst. Da findet sich viel im Internet...“ (Z. 41)	„Ich nutze das über BUNDESLIGA.DE und BILD.DE...“ (Z. 24) ...die sind frei zu- gänglich und da darf man [...] daraus zitieren.“ (Z. 31f.)	„Es gibt natürlich andere Daten, wo man sich einfach Dinge von TRANSFER-MARKT.DE pickt.“ (Z. 24f.)	„Ich habe viel Ei- genrecherche gemacht. Das heißt ich bin auf die üblichen Da- tenbanken im In- ternet gegangen.“ (Z. 27f.)	„...dann haben wir noch eine interne Datenbank...“ (Z. 31)	Die statistischen Daten werden selbst und kostenfrei recherchiert. [F3/K2]
	„Dann gibt es noch ein paar Daten [...], die man nach Spielende von [Ver- ein II] bekommt.“ (Z. 44f.)				„...die du dann auf dem Bogen nach dem Spiel kriegst.“ (Z. 12f.)	Die statistischen Daten liegen an Spieletagen in den Fußballstadien aus und werden dann genutzt. [F3/K3]
	„Das ist einfach letztlich eine Kos- tenfrage.“ (Z. 50)	„Weil das zu teuer ist.“ (Z. 35) „...das können wir als Tageszeitung nicht leisten.“ (Z. 37f.)				Möglicher Grund für [F3/K2]: Die Anbieter sind zu teuer. [F3/K4]

	IP I	IP II	IP III	IP IV	IP V	Kategorien
Welche Art von Statistiken werden am meisten genutzt?	„...ich finde Tabellen müssen immer gehen.“ (Z. 95)	„...also mit Tabellenkonstellationen [...] arbeitet man ja immer mit.“ (Z. 6ff.)		„...erstmal natürlich die klassische Tabelle.“ (Z. 44)	„...Punkte sind natürlich nie aus der Acht zu lassen.“ (Z. 58)	Die klassische Liga-Tabelle wird am meisten genutzt. [F4/K1]
	„Zweikampfverhalten [...] und Kilometerleistung hab ich mir angeguckt und da dann [...] was zu geschrieben.“ (Z. 9ff.)	„...was wir am meisten nutzen ist [...] die Laufstrecke. Die finde ich immer sehr interessant.“ (Z. 60) „Zweikampfverhalten finde ich [...] interessant und natürlich auch Ballsicherheit, Passgenauigkeit und so.“ (Z. 62 f.)	„...ich hab schon das Gefühl, dass diese Laufleistung da ganz spannend ist.“ (Z. 70)	„Wenn wir von einzelnen Spielern reden, dann natürlich positiv-angesprochen.“ (Z. 45f.)	„...was [...] in den letzten zwei, drei Jahren extrem aufkam [...] war das halt mit den Laufdaten...“ (Z. 44f.)	Tracking - und Scoutingdaten spielen auch eine wichtige Rolle. [F4/K2]
Werden moderne Statistiken eher themensetzend oder unterstützend eingesetzt? Oder hält es die Waage?			„Sowohl als auch [...] Es gibt da keine Einbahnstraße.“ (Z. 101 ff.)	„...es kommt bei- des vor.“ (Z. 58)	„Entweder das Ge- sehene unterstützen oder [...] vielleicht auf ein Thema zu kommen.“ (Z. 72ff.)	Statistiken werden sowohl themenset- zend als auch unterstützend eingesetzt. [F5/K1]

	IP I	IP II	IP III	IP IV	IP V	Kategorien
Warum und wofür nutzen Sie konkret Statistiken?	<p>„Es gibt eine Orientierung, ist aber kein absoluter Wert, dem ich alles unterordne.“ (Z. 87f.)</p> <p>„...dass [...] gewisse Kategorien [...] es dafür Anhaltspunkte gibt.“ (Z. 113ff.)</p>	<p>„...man kann wirklich mal sehen wie viele Zweikämpfe hat der geführt.“ (Z. 76f.)</p> <p>„Das ist natürlich schon eine tolle Zahl.“ (Z. 77f.)</p>			<p>„...dann guck ich natürlich nach, ob das mit den Daten übereinstimmt.“ (Z. 64f.)</p>	<p>Statistiken geben dem Journalisten eine Orientierungshilfe zur Beurteilung einer Leistung. [F6/K1]</p>
	<p>„...Werte gibt, die den eigenen Eindruck entweder korrigieren oder unterstützen...“ (Z. 117f.)</p>	<p>„...zu gucken ob ich überhaupt den richtigen Eindruck hatte.“ (Z. 11f.)</p>	<p>„Sie sind Belege für Thesen und Wahrnehmungen.“ (Z. 97)</p>	<p>„...ein Argument für die eigene These im Artikel...“ (Z. 50f.)</p>	<p>„...da man damit eigene Eindrücke bestätigen oder hinterfragen kann.“ (Z. 15f.)</p>	<p>Statistiken helfen den journalistischen Eindruck zu bestätigen oder zu korrigieren. [F6/K2]</p>
	<p>„...wenn es um die Notengebung [...] von Spielern geht, helfen mir die Werte...“ (Z.118 ff.)</p>	<p>„...die eigene Note, die man gibt, zusätzlich zu unterstreichen.“ (Z. 67f.)</p>		<p>„Vor allem für die Benotung...“ (Z.14)</p>		<p>Statistiken spielen für die Notengebung von Spielern eine Rolle. [F6/K3]</p>

IP I	IP II	IP III	IP IV	IP V	Kategorien
	„Das ist natürlich schon eine tolle Zahl.“ (Z. 77f.)	„Wenn du eine Zahl dafür hast, ist diese These dann von objektiver Stelle bestätigt und dann auch gültig.“ (Z. 98f.)	„...ob der gute Laufwerte oder eine gute Passquote hatte und hab' das dann ganz gerne verwendet.“ (Z. 16f.)	„...man quasi seine Texte mit Fakten stützen kann...“ (Z. 78)	Statistiken liefern einen präzisen Wert, der die journalistische These unterstützt. [F6/K4]
	„Ab und zu [...] nutzen wir solche Statistiken für Geschichten.“ (Z. 68f.)	„Also, um einzelne Geschichten zu Spielern zu machen...“ (Z. 16f.)	„...dann ist das natürlich auch eine Geschichte.“ (Z. 57f.)	„...und versucht daraus die ein oder andere Geschichte [...] zu ziehen.“ (Z. 19f.)	Statistiken werden dazu genutzt, um daraus Geschichten zu entwickeln. [F6/K5]
	„...eine gute Möglichkeit dem Leser Zusatzinformationen zu bieten.“ (Z. 66f.)	„...ist sehr spannend, weil du als Fan da ziemlich viel rauslesen kannst.“ (Z. 88f.)	„...ein starkes Argument was ich dazu geben kann.“ (Z. 53)	„...irgendwelche Highlights und besondere Fakten zu finden.“ (Z. 66)	Statistiken bieten dem Leser eine zusätzliche Information. [F6/K6]
	„...das lockert so eine Geschichte [...] auf, wenn man da nochmal Zahlenwerk liefern kann.“ (Z. 72f.)		„...wenn sie graphisch gut gemacht sind, helfen sie eine Geschichte leichter zu verstehen.“ (Z. 61f.)		Statistiken vereinfachen die zu übermittelnde Botschaft. [F6/K7]

	IP I	IP II	IP III	IP IV	IP V	Kategorien
Wissen Sie wie moderne Statistiken, wie Tracking- und Scoutingdaten, erhoben werden?	„Also wird das quasi via Handarbeit hergestellt. Ich weiß nicht, wie das ansonsten technisch abläuft.“ (Z. 58f.)	„Ja, es gibt da ja unterschiedliche Ansätze wie das gemacht wird.“ (Z. 42)	„Bedingt [...] Also was diese ganzen modernen Sachen angeht, bin ich da nicht so im Thema.“ (Z. 44ff.)	„Ich könnte es dir jetzt nicht wissenschaftlich erklären. Ich habe mir das irgendwann mal alles durchgelesen...“ (Z. 34f.)		Es besteht ein differenziertes Wissen über die Herstellung von modernen Tracking- und Scoutingdaten. [F7/K1]
					„Ja, bei den Laufdaten ist es ja so [...]. Und beim anderen...“ (Z. 35ff.)	Es besteht ein detailliertes Wissen über die Herstellung von modernen Tracking- und Scoutingdaten. [F7/K2]
Entstehen ihrer Meinung nach diese modernen Daten auf objektiver oder subjektiver Basis?	„Die werden schon irgendwo ihren Gehalt haben.“ (Z. 78)		„Wenn du eine Zahl dafür hast, ist diese These dann von objektiver Stelle bestätigt.“ (Z. 98f.)			Die modernen Statistiken entstehen basierend auf objektiven Kriterien. [F8/K1]
	„Also, dass es sehr wohl einen hohen subjektiven Einfluss auch hat.“ (Z. 71f.)	„...deswegen würde ich eher sagen sie sind sehr subjektiv.“ (Z. 50f.)	„Da kann man sich schon fragen, ob es objektiv ist. [...] Ich weiß, dass es [...] Spielraum gibt.“ (Z. 47 ff.)	„Ja, also ich glaube schon, dass da jede Menge Fehlerquellen drin sind.“ (Z. 40)		Die modernen Statistiken entstehen auch basierend auf subjektiven Einflüssen. [F8/K2]

	IP I	IP II	IP III	IP IV	IP V	Kategorien
Welche Gefahren/Probleme sehen Sie konkret bei der Erhebung unserer modernen Statistiken?	<p>„...weil man nicht weiß, wie derjenige [...] verschiedene Aktionen bewertet.“ (Z. 62ff.)</p>	<p>„Ob derjenige das auch immer richtig sieht?“ (Z. 52)</p>	<p>„Gerade bei einem Zweikampf ist ja auch umstritten, wann er einer ist.“ (Z. 115f.)</p>	<p>„Wenn ich jetzt an Fußball denke, wer beurteilt wann ein Zweikampf geführt wurde?“ (Z. 41f.)</p>	<p>„Wie wurde sie erhoben? (Z. 80)</p>	<p>Es ist unklar, wer die Daten erhebt und wie Aktionen bewertet werden [F9/K1]</p>
	<p>„Die Zahlen sind unbestechlich und liefern [...] einen objektiven Blick [...] ist wohl nicht ganz haltbar.“ (Z. 72f.)</p>	<p>„...das bietet sehr viel Raum für Interpretation und Diskussion...“ (Z. 55f.)</p>	<p>„Da kann man sich dann schon fragen, ob es objektiv ist.“ (Z. 47f.)</p> <p>„...wohlwissend, dass das nicht in Stein gemeißelt ist, was der Anbieter dir dort bietet.“ (Z. 66f)</p>		<p>„...und somit nicht immer zu 100 Prozent wusstest, ob die Daten die dir vorliegen auch stimmen.“ (Z. 49f.)</p>	<p>Eine Objektivität und Richtigkeit der Statistiken ist nicht gewährleistet [F9/K2]</p>
	<p>„Wer hat da jetzt richtig gezählt?“ (Z. 81)</p>	<p>„...es gibt da ja unterschiedliche Ansätze wie das gemacht wird.“ (Z. 42)</p>	<p>„Aber ich weiß, dass diese Daten sich voneinander ganz schön unterscheiden.“ (Z. 46f.)</p>	<p>„Ich hab' [...] noch nie erlebt, dass zwei unterschiedliche Datenbanken die gleiche Anzahl [...] zählen.“ (Z. 77f.)</p>	<p>„Deswegen sind die Daten ja auch nicht immer deckungsgleich.“ (Z. 30)</p> <p>„Das hängt ja auch vom Anbieter ab...“ (Z. 39)</p>	<p>Durch unterschiedliche Erhebungsverfahren entstehen unterschiedliche Werte in den Statistiken. [F9/K3]</p>

	IP I	IP II	IP III	IP IV	IP V	Kategorien
Welche Auswirkungen haben diese Gefahren/Probleme auf die Nutzung der modernen Statistiken?	<p>„Ich benutze das auch ein bisschen mit Vorsicht.“ (Z. 78f.)</p>	<p>„Man muss da allerdings immer sehr vorsichtig sein, mit den Daten.“ (Z. 12)</p>	<p>„Also wenn man so will ist das immer mit einer gewissen Vorsicht zu genießen...“ (Z. 51f.)</p>	<p>„...wenn ich der Meinung, dass das zu unseriös ist, dann lass ich es weg.“ (Z. 84f.)</p>	<p>„Die Gefahr ist [...] grundsätzlich ob die Statistik stimmt...“ (Z. 78f.)</p>	<p>Die modernen Statistiken werden vorsichtiger genutzt. [F10/K1]</p>
	<p>„...diese Statistiken ignorieren wir nicht aber man darf sie auch nicht zu hoch hängen.“ (Z. 62f.)</p>		<p>„...ein großes Fra-gezeichen, was die ‚Nötigkeit‘ des statistischen Werts be-trifft.“ (Z. 117f.)</p>			<p>Den modernen Sta-tistiken wird keine zentrale Rolle in der Berichterstattung zugesprochen. [F10/K2]</p>
	<p>„wen man [...] die verschiedenen Da-ten von [...] Medien nimmt und ein Spie-ler hat überall ver-schiedene Werte.“ (Z. 79ff.)</p>					<p>Unterschiedliche Medien bilden unterschiedliche Statistiken ab. [F10/K3]</p>
	<p>„...was sagt das über das Spiel aus?“ (Z. 101f.)</p>	<p>„... dann passt die Statistik [...] gar nicht zu seiner Leistung.“ (Z. 84f.)</p> <p>„Die Qualität [...] ist [...] immer sehr un-ter-schiedlich.“ (Z. 85f.)</p>	<p>„Was trifft man damit dann für eine Aus-sage?“ (Z. 78)</p>		<p>„...total umstritten ist, was die Laufleis-tung, über die Ge-samtleistung [...] aussagt.“ (Z. 50f.)</p>	<p>Modernen Statistiken wird eine bedingte Aussagekraft zugesprochen. [F10/K4]</p>

	IP I	IP II	IP III	IP IV	IP V	Kategorien
			„...was mich aber nicht davon abhält sie zu verwenden.“ (Z. 52f.)	„...manchmal absurde Statistiken genutzt werden [...] wenn ich ehrlich bin, kann man für jede These seine Statistik finden.“ (Z. 63f.)		Statistiken werden selektiv missbraucht, um die Aussagekraft eines Textes zu verstärken. [F10/K5]
					„Da ist dann schon ein gewisses Hintergrundwissen und Expertenmeinung gefragt, um solche Statistiken richtig einordnen zu können.“ (Z. 85ff.)	Die Journalisten müssen über Expertise verfügen, um Statistiken angemessen nutzen zu können. [F10/K6]
		„Das Negative ist, dass das manchmal überhaupt nicht übereinpasst, dieser Eindruck, und daran sieht man [...] wie zweifelhaft das ist“ (Z. 79ff.)	„Dass Negative natürlich, das sich dein Eindruck auch mal in den Zahlen nicht widerfindet...“ (Z. 107f.)			Möglicher Grund für [F10/K4]: Statistiken unterscheiden sich stark von dem persönlichen Eindruck. [F10/K7]

	IP I	IP II	IP III	IP IV	IP V	Kategorien
Werden Statistiken Ihrer Meinung nach in der Medienlandschaft zutreffend abgebildet?	„Also, ich glaube im Großen und Ganzen werden die schon vernünftig einge- setzt.“ (Z. 148)	„Doch, ich glaub schon.“ (Z. 108)	„Ich glaube schon, dass sie gut einge- setzt werden.“ (Z. 134)	„Nein, glaube ich nicht.“ (Z. 127)	„In aller Regel schon.“ (Z. 91)	Statistiken werden zutreffend abgebildet [F11/K1]
Möglicher Gründe für [F11/K2]:	„...man darf es nicht übertreiben oder Schlüsse ziehen, die dann so absolut dar- gestellt wer- den...“ (Z. 157f.)				„Es gibt natürlich immer die Gefahr, dass Zahlen falsch interpretiert wer- den...“ (Z. 96f.)	Statistiken werden falsch interpretiert. [F11/K3]
	„Je größer die Schlagzeile, desto schneller werden die Statistiken [...] aus- geschlachtet.“ (Z. 164f.)					Statistiken werden gezielt genutzt, um Schlagzeilen zu kreieren. [F11/K4]
				„Statistiken werden gerne mal so benutzt, wie man es gerade braucht.“ (Z. 135f.)		Statistiken werden sich zu Recht gelegt. [F11/K5]

	IP I	IP II	IP III	IP IV	IP V	Kategorien
Werden Statistiken eher für positive oder negative Berichterstattung genutzt?	„Nein, ich glaube sowohl als auch.“ (Z. 169)		„Würde sagen, dass gibt es in beide Richtungen.“ (Z. 141)	„Ich glaube Statistiken werden da sehr ausgeglichen genutzt.“ (Z. 149f.)	„Ich glaub', das hält sich die Waage.“ (Z. 102)	Ein Trend ist nicht zu erkennen. Statistiken werden sowohl für positive als auch negative Berichterstattung genutzt. [F12/K1]
		„Ich glaube ein bisschen mehr um das Negative zu zeigen.“ (Z. 116)				Statistiken werden eher genutzt um negative Berichterstattung zu machen. [F12/K2]
Welche Rolle spielen Statistiken für 1. Journalisten und Medien, 2. für Trainer und 3. für Spieler?		„Ach, für alle drei sehr hoch.“ (Z. 91)				Statistiken spielen für 1., 2. und 3. eine wichtige Rolle. [F13/K1]
	„Und bei Spielern, weiß ich das gar nicht so.“ (Z. 142)				„...ist schwierig zu fassen, was Trainer und Spieler wirklich damit anfangen.“ (Z. 114)	Es besteht keine Kenntnis, welche Rolle sie für 2. oder 3. spielen. [F13/K2]
	„Also, ich glaube für uns Journalisten sind Statistiken total wichtig.“ (Z. 127)			„Ja, absolut wichtige Rolle.“ (Z. 106)	„...also spielt es schon eine Rolle.“ (Z. 112)	Statistiken spielen für 1. eine wichtige Rolle. [F13/K3]

	IP I	IP II	IP III	IP IV	IP V	Kategorien
	„Trainer sagen: ‚Ja, dass nehmen wir auch zur Kenntnis...‘“ (Z. 136)	„Trainer nutzen das auf jeden Fall.“ (Z. 94)	„Für Trainer als Mit- tel zum Schutz[...]So empfinde ich das.“ (Z. 124ff.)	„Was Trainer betrifft glaub‘ ich schon, dass das eine wichti- ge Rolle spielt.“ (Z. 97)		Statistiken spielen für 2. eine wichtige Rolle. [F13/K4]
		„Ach, die Spieler sind glaub ich ganz stolz...“ (Z. 101)	„Und das gilt halt auch letztlich für die Spieler.“ (Z. 130)	„...wenn man den Spielern glaubt [...] dann ist denen das scheißegal. Das glaub‘ ich aber nicht.“ (Z. 94)		Statistiken spielen für 3. eine wichtige Rolle. [F13/K5]
			„Bei uns vielleicht nochmal mehr als für andere...“ (Z. 122)		„Wahrscheinlich so- gar eine größere als für Trainer oder Spie- ler.“ (Z. 112f.)	Statistiken spielen für 1. eine wichtigere Rolle als für 2. und 3. [F13/K6]
Mögliche Gründe für [F13/K3] und [F13/K6]:	„...weil die aus die- sen Werten gleich Futter ziehen, um anschließend eine Diskussion zu füh- ren.“ (Z. 131f.)			„Ich kenne keine Zeitung, die montags keine Stenogramme abgedruckt hat...“ (Z. 110ff.)		Aus Statistiken entstehen Themen für die Berichterstat- tung. [F13/K7]
		„...um natürlich ihre Meinung zu bestäti- gen oder sich über- zeugen zu lassen.“ (Z. 91f.)				Statistiken helfen bei der Meinungsbildung. [F13/K8]

	IP I	IP II	IP III	IP IV	IP V	Kategorien
Mögliche Gründe für [F13/K4]:	„...sie benutzen es [...] als ein zusätzliches Tool.“ (Z. 136f.)	„Die haben noch viel detailliertere Daten.“ (Z. 95)	„Ich hab mir die Zahlen mal angeschaut, ich bin sehr zufrieden mit ihm.“ (Z. 126f.)	„...dass man tatsächlich mit einer starken Analyse noch mehr rausholen kann.“ (Z. 100f.)		Statistiken werden für die Arbeit des Trainers benötigt. [F13/K9]
			„...so eine Art Hilfsmittel zum Schutze der eigenen Spieler nach außen.“ (Z. 127f.)			Trainer nutzen Statistiken zum Schutz vor der Öffentlichkeit [F13/K10]
Mögliche Gründe für [F13/K5]:		„Ach, die Spieler sind glaub‘ ich ganz stolz wenn sie gute Werte haben.“ (Z. 101)		„Ich glaube ein Spieler freut sich hundertprozentig wenn er in der Zeitung liest, dass er keinen einzigen Zweikampf verloren hat.“(Z. 94ff.)		Spielern ist die öffentliche Wahrnehmung wichtig. [F13/K11]
		„Weil dann sind sie angreifbar und das wollen sie natürlich nicht.“ (Z. 104f.)	„Es gibt da einige, die ihre eigenen Werte gut kennen und nehmen diese dann in Gesprächen als Schutzschild.“ (Z. 130f.)			Spieler nutzen Statistiken als Schutzschild vor der Öffentlichkeit. [F13/K12]

	IP I	IP II	IP III	IP IV	IP V	Kategorien
Funktioniert Berichterstattung zukünftig ohne die Nutzung von Statistiken?		„Natürlich geht Berichterstattung auch ohne Statistiken.“ (Z. 122)				Die Berichterstattung kann ohne Statistiken funktionieren. [F14/K1]
	„Nein, glaube ich nicht.“ (Z. 180)		„Nein. Das ist ja eigentlich auch müßig.“ (Z. 150)	„Nein. Ich mein', gerade wenn wir über Internet und Fernsehen reden, nein.“ (Z. 159)	„Nein, ganz ohne Statistiken geht es nicht.“ (Z. 119)	Die Berichterstattung ist auf die Nutzung von Statistiken angewiesen. [F14/K2]
Warum funktioniert die Berichterstattung zukünftig nicht mehr ohne Statistiken?	„Zahlenspiele und Statistiken gehören im Sport einfach absolut dazu.“ (Z. 150)	„...sind [...] sehr unterstützend und ich würde ungern auf Statistiken verzichten.“ (Z. 123f.)	„Es hat einen wichtigen Platz und ist nicht mehr weg zu denken.“ (Z. 151f.)		„...und ist auch fest verankert in der Berichterstattung.“ (Z. 123f.)	Statistiken sind ein fester Bestandteil der Berichterstattung geworden. [F15/K1]
	„... die klassische Statistik ist eben die Tabelle und die braucht man immer.“ (Z. 183)				„Wenn du schon sagst, dass die Tabelle die wichtigste Statistik ist, dann geht es natürlich nicht.“ (Z. 119f.)	Klassische Statistiken wie die Tabelle werden immer genutzt. [F15/K2]
	„Darum geht es im Sport, dass du es am Ende eben auch messen kannst.“ (Z. 184f.)					Im Sport geht es um messbare Werte, daher braucht man die Statistik. [F15/K3]

	IP I	IP II	IP III	IP IV	IP V	Kategorien
	„...bei Leitmedien wie dem Fernsehen Statistiken [...] zu einer Grundaussat-tung dazu gehören und wenn wir dann als Zeitung kom-men, kann man das nicht ganz aus-blenden.“(Z. 180ff.)			„Da brauch ich mir nur angucken, wie Fernsehsender mittlerweile das Programm füllen und nach Spielende mit Experten disku-tieren, wie viele Kilometer der eine gelaufen ist.“ (Z. 160ff.)		Da Leitmedien wie das Fernsehen Statistiken nutzen, müssen Print-medien diesen Bereich auch bedienen. [F15/K4]
	„Das ist ein zusätz-liches Angebot an den Leser...“ (Z. 156)		„Es gehört schon dazu, ist ein wert-voller Unterstützer für Medien, für Trainer und Fans.“ (Z. 150f.)		„...ich glaube schon, dass solche Werte einen Mehr-wert geben.“ (Z. 122)	Statistiken unterstützen die Berichterstattung und die Akteure im Sportbusiness. [F15/K5]

	IP I	IP II	IP III	IP IV	IP V	Kategorien
Nimmt das Angebot an Statistiken sowie die Berichterstattung zukünftig eher zu oder ab?	„...ich glaube das es noch viel abgefahrener wird.“(Z. 186)	„Ich glaube sie werden eher zunehmen...“(Z. 130)	„Ich glaub' tendenziell ein bisschen mehr...“(Z. 154)	„Ich glaube, dass es noch viel, viel extremer wird.“(Z. 162)	„Ich gehe mal davon aus, dass das Angebot an statistischen Daten noch zunehmen wird.“(Z. 127f.)	Der Trend geht dahin, dass das Angebot und die Berichterstattung eher zunehmen werden. [F16/K1]
Warum tritt diese Entwicklung ein?					„...viele Leute im Sport, die Zahlen gerne lesen wollen.“(Z. 94)	Der Rezipient möchte Statistiken lesen. [F17/K1]
	„...also ich merke schon selbst das es immer mehr Einfluss nimmt...“(Z. 99f.)		„...hat [...] mit der Weiterentwicklung der Technik zu tun und was die Anbieter [...] den Medien zur Verfügung stellen.“(Z. 83f.)	„Das wird eher deutlich mehr werden.“(Z. 159f.)	„... ich gehe stark davon aus, dass noch mehr Daten angeboten werden.“(Z. 128f.)	Das Angebot wird größer. [F17/K2]
	„...weil der Fußball die Tendenz hat wissenschaftlicher zu werden.“(Z. 191f.)			„Der Sport hat sich in dieser Hinsicht doch stark verwissenschaftlicht.“(Z. 101f.)		Der Sport weist die Tendenz auf, wissenschaftlicher zu werden. [F17/K3]
		„...weil es immer schwieriger wird die Spieler [...] zu sprechen [...] weil sich die Vereine immer mehr abschnitten.“(Z. 130ff.)				Der direkte Kontakt mit Verein und Spielern nimmt ab; somit bieten u.a. Statistiken den Ausgleich. [F17/K4]

	IP I	IP II	IP III	IP IV	IP V	Kategorien
Sehen sie abschließend denn noch allgemeine Entwicklungsten- denzen bei Statistiken?	„Ja, absolut.“ (Z. 189)	„...was mir [...] fehlt, ist das was im Eishockey immer passiert. [...] könnte man beim Fußball [...] gut machen.“ (Z. 172ff.)		„...das halte ich [...] ganz stark für eine Entwicklung aus den USA.“ (Z. 114)		Der Fußball wird sich noch weiter „amerikanisieren.“ [F18/K1]
	„...in Zukunft wird man die einzelnen Spieler noch weiter ausleuchten.“ (Z. 230)	„Eine Punkte- Statistik eines Spielers.“ (Z. 184)		„...dass der stärkere Blick immer mehr auf das einzelne Individuum gerichtet ist.“ (Z. 176f.)		Die Fokussierung auf den einzelnen Spieler einer Mannschaft nimmt zu. [F18/K2]
		„Ich glaube, dass das, was wir jetzt so haben ausreicht.“ (Z. 166f.)	„Ich glaub', dass hier eine gewisse Sättigung in dem Bereich erreicht ist, als jetzt in anderen Ländern.“ (Z. 155f.)		„Ich weiß nicht, ob dann damit auch mehr berichtet wird...“ (Z. 128)	Es wird keine Datenüberflutung in der Berichterstattung geben. [F18/K3]
			„...ob es solche Werte gibt, aber das ist schon sehr speziell...“ (Z. 164)		„...dass noch detaillierter gezeigt wird [...] werden wohl spezieller.“ (Z. 137f.)	Statistiken werden allgemein detaillierter und spezieller. [F18/K4]
				„...das man am Fernseher während des Spiels die Daten zum Spieler schon hat.“ (Z. 171f.)		Die Berichterstattung mit Statistiken wird allgemein digitaler. [F18/K5]

	IP I	IP II	IP III	IP IV	IP V	Kategorien
	„...nicht [...] sagen welche Statistiken als nächstes erfunden werden...“(Z. 189 f.)	Da fehlt mir [...] die Kreativität, was wir noch brauchen.“ (Z. 169f.)	„Ich glaub’ im We- sentlichen sind die Werte erfasst.“ (Z. 164f.)			Es können keine genauen Aussagen getroffen werden. [F18/K6]

Eigenständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Quellen entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht. Diese Arbeit wurde in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

Sottrum, den 18.07.2014

Timo Fresen